



TUGAS AKHIR - RP 141501

**PENGEMBANGAN RUANG TERBUKA HIJAU PUBLIK
DI KOTA MALANG MELALUI PROGRAM *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

AULIYAA SYARA DIINILLAH
NRP 3613100012

Dosen Pembimbing
Dr. Ing. Ir. HARYO SULISTYARSO

DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017



TUGAS AKHIR - RP141501

**PENGEMBANGAN RUANG TERBUKA HIJAU PUBLIK DI
KOTA MALANG MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR)**

AULIYAA SYARA DIINILLAH
NRP 3613100012

Dosen Pembimbing
Dr. Ing. Ir. HARYO SULISTYARSO

DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2017



FINAL PROJECT - RP141501

**DEVELOPMENT OF PUBLIC GREEN OPEN SPACE IN
MALANG CITY THROUGH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM**

**AULIYAA SYARA DIINILLAH
NRP 3613100012**

**Supervisor
Dr. Ing. Ir. HARYO SULISTYARSO**

**DEPARTMENT OF URBAN AND REGIONAL PLANNING
FACULTY OF CIVIL ENGINEERING AND PLANNING
SEPULUH NOPEMBER INSTITUTE OF TECHNOLOGY
SURABAYA 2017**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGEMBANGAN RUANG TERBUKA HIJAU PUBLIK
DI KOTA MALANG MELALUI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada
Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

AULIYAA SYARA DIINILLAH

NRP. 3613 100 012

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir :

Dr. Ing. Ir. Haryo Sulistvarso

NIP. 195504281983 031001



PENGEMBANGAN RUANG TERBUKA HIJAU PUBLIK DI KOTA MALANG MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Nama Mahasiswa : Auliyaa Syara Diinillah
Nrp : 3613100012
Jurusan : Perencanaan Wilayah Dan Kota FTSP
ITS
Dosen Pembimbing : Dr. Ing. Ir. Haryo Sulistyarso

ABSTRAK

Kota Malang belum memenuhi standart proporsi RTH publik 20% dari total luas wilayah. Salah satu penyebabnya karena keterbatasan dana APBD, sehingga pemerintah menjalin kerjasama dengan sejumlah pihak swasta melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Namun dalam kerjasama tersebut, timbul permasalahan dari sisi pemerintah yaitu persebaran RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR masih terpusat di pusat kota dan permasalahan dari sisi pihak swasta, yaitu kurang adanya keterpaduan antara pemerintah dari lembaga eksekutif dengan lembaga legislatif dalam merumuskan program CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Dalam mencapai tujuan tersebut, maka dilakukan beberapa tahapan. Pertama, mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang dengan menggunakan teknik content analysis. Kedua adalah mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta dengan menggunakan teknik content analysis. Tahap terakhir adalah menganalisis prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang

melalui program CSR dengan menggunakan teknik analisis komparasi data dan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah didapatkan rumusan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan 3 aspek, yaitu aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial. Dari aspek lingkungan, jenis RTH taman kota dapat dikembangkan pada lokasi mana saja dengan mempertimbangkan tematik pembangunan, fungsi ekologis dan sosial budaya sesuai aturan tata ruang. Aspek ekonomi, bentuk bantuan CSR berupa pembangunan fisik melalui mekanisme penyelenggaraan program yang ada dan dilakukan oleh perusahaan yang sesuai. Aspek sosial, perlu ada media publikasi sebagai media branding program CSR.

Kata Kunci : Ruang Terbuka Hijau, Prinsip pengembangan RTH publik, Corporate Social Responsibility (CSR), Content Analysis.

DEVELOPMENT OF PUBLIC GREEN OPEN SPACE IN MALANG CITY THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PROGRAM

Name : Auliyaa Syara Diinillah
NRP : 3613100012
Department : Urban and Regional Planning FTSP ITS
Supervisor : Dr. Ing. Ir. Haryo Sulistyarso

ABSTRACT

Malang has not complied the standardization of 20% public green open space proportion out of total area. One of the reason caused by the limitedness of local government budget, so the government inter lances cooperation with private sectors through Corporation Social Responsibility (CSR). However, some critical issues come out from the government, that is the green open space distribution developed through CSR program is centered only at Klojen and Lowokwaru district (downtown). Problems from private sectors are lacks of cohesiveness between government from executive party and legislative party in terms to formalize CSR program.

The research is aimed to map the development of public green open space needs in Malang through CSR program. To achieve the goal, it needs several stages. The initial stage is to identify the development of public green open space needs through CSR program based on the preference of the government by using content analysis. The next stage is to identify the development of public green open space needs through CSR program based on the preference of the private sector also by using content analysis. The last stage is to map the development of public green open space needs in Malang through CSR program by using data compare analysis and qualitative descriptive analysis.

The result of this research is to obtained the principal development formulation of public open green space in Malang

City through CSR program based on 3 aspects, that is environmental, economic and social aspect. From environmental aspect, the variety of public open green space can be developed on any location by considering thematical development, ecological and socio-cultural function is suitable with the special regulation. Economic aspect, the form of CSR support by physical development through existing programs management and done by the appropriate corporate. Social aspect, it needs publication media as CSR branding program.

Keyword : *Green open space, public green open space development, Corporate Social Responsibiliy (CSR), Content Analysis*

KATA PENGANTAR

Puji syukur pertama-tama dan sudah sepatutnya penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat dan ridho-Nya lah. Tugas Akhir yang mengambil judul ***“Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)”***. Ini dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang membantu menyelesaikan makalah mata kuliah tugas akhir, yaitu sebagai berikut :

- 1) Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan hidayah serta rahmatnya. Tak lupa kedua orang tua beserta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa selama penyelesaian tugas akhir.
- 2) Bapak Adjie Pamungkas, ST., M.Dev. Plg., Ph.D selaku ketua jurusan PWK ITS Surabaya, Dosen-dosen serta staff jurusan PWK ITS yang senantiasa banyak membagikan pengetahuan dan bantuannya.
- 3) Bapak Dr. Ing. Ir. Haryo Sulistyarso selaku dosen pembimbing tugas akhir, serta teman-teman satu bimbingan lainnya.
- 4) Bapak Putu Gde Ariastita, ST., MT. selaku dosen wali yang telah mengarahkan dan memberikan masukan selama perkuliahan termasuk dalam berdiskusi terkait Tugas Akhir.
- 5) Bapak Ardy Maulidy Navastara, Ibu Vely Kukinul S., ST., MT., M.Sc, Ibu Karina Pradinie Tucunan, ST., M.Eng, dan Bapak Ir. Heru Purwadio, MSP selaku dosen penguji tugas akhir atas masukan dan sanggahan yang membangun untuk perbaikan tugas akhir ini.
- 6) Instansi atau satuan kerja perangkat daerah Kota Malang yaitu Barenlitbang Kota Malang dan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, serta pihak swasta yaitu Bank BRI Kanwil Malang, PT. Patra Jasa,

dan PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

- 7) Sahabat mahasiswa perencanaan wilayah dan kota ITS angkatan 2013 atau OSTEON terutama Dea Nusa, Hardianti Fitri, Kartika Dwi, Mega Suryaningsih, Inggar Rayi, Khairunnisa, Lidya Yohana, Inas Yaumi, angkatan lainnya, teman-teman kelas 12 IPA 1 angkatan 2013 SMAN 4 Malang, serta Abi Syarwan Wimardana yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan penelitian tugas akhir penelitian.
- 8) Alita Nadyla, Aurora Exacty, dan M. Amir Faiz yang telah membantu survei dalam penyusunan PKM dan tugas akhir ini.

Tak lupa juga penulis sampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam terselesaikannya makalah tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu masukan, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi pengembangan selanjutnya. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan	4
1.3 Tujuan dan Sasaran.....	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah	5
1.4.2 Ruang Lingkup Pembahasan	9
1.4.3 Ruang Lingkup Substansi.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
1.7 Kerangka Berpikir	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1 Ruang Terbuka Publik	13
2.2 Ruang Terbuka Hijau.....	13
2.2.1 Fungsi Ruang Terbuka Hijau	14
2.2.2 Jenis Ruang Terbuka Hijau Publik.....	18
2.2.3 Tematik Pengembangan RTH Publik.....	19
2.2.4 Peran Swasta dalam Penyediaan Ruang Terbuka Hijau Publik	20
2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)	24
2.3.1 Definisi CSR	24
2.3.2 Prinsip Dasar CSR.....	25
2.3.3 Manfaat CSR.....	28

2.3.4	Mekanisme Penyelenggaraan Kegiatan CSR	30
2.4	Best Practices Program CSR	35
2.4.1	Program CSR di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.	35
2.4.2	Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR di Kota Surabaya	37
2.4.3	Pengembangan RTH Tematik Melalui Program CSR di Kota Bandung.....	39
2.5	Sintesa Pustaka	39
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Pendekatan Penelitian.....	41
3.2	Jenis Penelitian	41
3.3	Variabel Penelitian	42
3.4	Populasi dan Sampel.....	45
3.5	Metode Pengumpulan Data	50
3.5.1	Metode Pengumpulan Data Primer	50
3.5.2	Metode Pengumpulan Data Sekunder	51
3.6	Teknik Analisis Data	52
3.6.1	Mengidentifikasi Faktor-Faktor Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR Berdasarkan Preferensi Pemerintah Kota Malang.....	55
3.6.2	Mengidentifikasi Faktor-Faktor Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR Berdasarkan Preferensi Pihak Swasta	57
3.6.3	Menganalisis Prinsip Pengembangan RTH Publik Di Kota Malang Melalui Program CSR	58
3.7	Tahapan Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran Umum Wilayah Penelitian	63
4.1.1	Orientasi Wilayah Penelitian.....	63
4.1.2	Penggunaan Lahan	63
4.1.3	Kondisi Eksisting RTH Publik di Kota Malang	69

4.1.4	Karakteristik RTH Publik di Kota Malang yang Dibangun Melalui Program CSR	73
4.1.5	Mekanisme Penyelenggaraan Program CSR Berupa Pengembangan RTH Publik di Kota Malang	105
4.1.6	Bentuk Bantuan CSR dalam RTH Publik di Kota Malang.....	108
4.1.7	Bentuk Insentif Kerjasama	111
4.1.8	Konflik yang Pernah Timbul dalam Kerjasama CSR	113
4.2	Analisis dan Pembahasan	115
4.2.1	Mengidentifikasi Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Berdasarkan Preferensi Pemerintah Kota Malang Melalui Program CSR.....	115
4.2.2	Mengidentifikasi Kebutuhan Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Pihak Swasta Melalui Program CSR.....	132
4.2.3	Menganalisis Prinsip Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program CSR	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		165
5.1	Kesimpulan.....	165
5.2	Saran.....	166
DAFTAR PUSTAKA.....		169
LAMPIRAN		175
LAMPIRAN A. DESAIN SURVEY.....		175
LAMPIRAN B. ANALISIS STAKEHOLDER		177
LAMPIRAN C. PANDUAN OBSERVASI.....		179
LAMPIRAN D. DESAIN SCREENER REponden		181
LAMPIRAN E. LEMBAR KODE (LIST OF CODE)		188
LAMPIRAN F. PEDOMAN WAWANCARA SASARAN 1 ..		190
LAMPIRAN G. HASIL WAWANCARA SASARAN 1.....		195
	Lampiran G1. Transkrip Wawancara G1.....	195
	Lampiran G2. Transkrip Wawancara G2.....	205

LAMPIRAN H. PEDOMAN WAWANCARA SASARAN 2..	213
LAMPIRAN I. HASIL WAWANCARA SASARAN 2	218
Lampiran I1. Transkrip Wawancara P1	218
Lampiran I2. Transkrip Wawancara P2.....	227
Lampiran I3. Transkrip Wawancara P3.....	235

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Fungsi Tambahan RTH (Ekstrinsik)	15
Tabel 2. 2 Kajian Fungsi Ruang Terbuka Hijau Publik	17
Tabel 2. 3 Kajian Konsep Pengembangan RTH Publik	20
Tabel 2. 4 Kajian Peran Swasta dalam Penyediaan RTH Publik	23
Tabel 2. 5 Kajian Prinsip Dasar Program CSR	27
Tabel 2. 6 Kajian Manfaat Program CSR.....	30
Tabel 2. 7 Penjelasan Tahapan Mekanisme Penyelenggaraan Kegiatan CSR Bidang Lingkungan	32
Tabel 2. 8 Kajian Pustaka Mekanisme Penyelenggaraan Kegiatan CSR	35
Tabel 2. 9 Program CSR di PT. TELKOM	36
Tabel 2. 10 Kajian Best Practice CSR.....	38
Tabel 2. 11 Sintesa Pustaka terkait Indikator dan Variabel yang digunakan	40
Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional	43
Tabel 3. 2 Matriks Pemetaan Stakeholder.....	46
Tabel 3. 3 Kriteria Pemilihan Perusahaan Sebagai Responden Penelitian.....	48
Tabel 3. 4 Responden dalam Penelitian	49
Tabel 3. 5 Metode Pengumpulan Data Primer	51
Tabel 3. 6 Pengumpulan Data Sekunder	52
Tabel 3. 7 Teknik Analisis Data.....	54
Tabel 4. 1 Luas Penggunaan Lahan di Kota Malang Tahun 2013	65
Tabel 4. 2 Luas Eksisting RTH Publik di Kota Malang.....	69
Tabel 4. 3 RTH Publik di Kota Malang yang Dikembangkan Melalui Program CSR	73
Tabel 4. 4 Karakteristik Taman Kenedes	78
Tabel 4. 5 Karakteristik Taman Cerdas Trunojoyo	80
Tabel 4. 6 Karakteristik Merbabu Family Park	82
Tabel 4. 7 Karakteristik Alun-Alun Merdeka Kota Malang.....	85
Tabel 4. 8 Karakteristik Taman Singha Merjosari	88

Tabel 4. 9 Karakteristik Hutan Kota Malabar	91
Tabel 4. 10 Karakteristik Taman Kunang-Kunang	95
Tabel 4. 11 Karakteristik Taman Slamet.....	99
Tabel 4. 12 Karakteristik Pedestrian Jalan Ijen	102
Tabel 4. 13 Karakteristik Taman dan Pedestrian Dieng	104
Tabel 4. 14 Biodata Responden 1 (G1)	116
Tabel 4. 15 Biodata Responden 2 (G2)	117
Tabel 4. 16 Pemahaman Data Variabel Penelitian Menurut Stakeholders dari Kelompok Pemerintah.....	119
Tabel 4. 17 Biodata Responden 1 (P1).....	133
Tabel 4. 18 Biodata Responden 2 (P2).....	133
Tabel 4. 19 Biodata Responden 3 (P3).....	134
Tabel 4. 20 Pemahaman Data Variabel Penelitian Menurut Stakeholder dari Kelompok Swasta	135
Tabel 4. 21 Analisis Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR	151
Tabel 4. 22 Perumusan Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Aspek Lingkungan	155
Tabel 4. 23 Perumusan Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Aspek Ekonomi.....	157
Tabel 4. 24 Perumusan Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Aspek Sosial	159
 Tabel B. 1 Identifikasi Stakeholder Menurut Kepentingan dan Pengaruh.....	 177
Tabel B. 2 Pemetaan Stakeholder Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Pengaruh	178

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Batas Administrasi Wilayah Penelitian	7
Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir	11
Gambar 2. 1 Mekanisme Penyelenggaraan Program CSR	31
Gambar 2. 2 Mekanisme Implementasi Program CSR	34
Gambar 3. 1 Alur Proses Content Analysis.....	55
Gambar 3. 2 Ilustrasi Alur Proses Content Analysis Sasaran 1...	56
Gambar 3. 3 Ilustrasi Alur Proses Content Analysis Sasaran 2...	57
Gambar 3. 4 Ilustrasi Alur Proses Analisis Komparasi Data	59
Gambar 3. 5 Kerangka Tahapan Penelitian.....	61
Gambar 4. 1 Peta Penggunaan Lahan di Kota Malang.....	67
Gambar 4. 2 Peta Persebaran RTH Publik di Kota Malang	71
Gambar 4. 3 Peta Lokasi Eksisting RTH Publik yang Dikembangkan Melalui Program CSR	75
Gambar 4. 4 Taman Kendedes	77
Gambar 4. 5 Desain Taman A dan Taman B Taman Cerdas Trunojoyo	79
Gambar 4. 6 Fasilitas penunjang di dalam Taman Cerdas Trunojoyo	81
Gambar 4. 7 Fasilitas Persampahan yang Berwarna Biru-Putih Sesuai Identitas Perusahaan	83
Gambar 4. 8 (a) Jogging Track dan (b) Area Refleksi pada Merbabu Park Family	83
Gambar 4. 9 Beberapa Alat Olahraga yang Catnya Sudah Memudar dan Rusak	84
Gambar 4. 10 Taman Bundaran Pesawat yang terletak di Jalan Soekarno-Hatta Malang.....	84
Gambar 4. 11 (a) Lokasi Air Mancur Menari dan (b) Open Theater pada Alun-Alun Merdeka Kota Malang..	86
Gambar 4. 12 Fasilitas Penunjang pada Alun-Alun yang Identik dengan Warna Biru-Orange	87

Gambar 4. 13 (a) Landmark Alun-Alun Merdeka Kota Malang dan (b) Shaf Sholat.....	87
Gambar 4. 14 (a) Sepeda Udara atau Sky Bike dan (b) Area Bermain Anak di Taman Singha Merjosari.....	89
Gambar 4. 15 Taman Lalu Lintas Merjosari	90
Gambar 4. 16 Taman Bugar Merjosari.....	90
Gambar 4. 17 (a) Jogging track dan (b) Masyarakat yang memanfaatkan suasana hutan kota untuk latihan memainkan alat musik.....	92
Gambar 4. 18 Pohon yang ada di dalam Hutan Kota Malabar beserta papan namanya (signage).....	92
Gambar 4. 19 (a) Signage pola hidup sehat dan (b) Signage terkait sejarah Hutan Kota Malabar.....	93
Gambar 4. 20 (a) Kolam Reservoir dan (b) Rumah Kompos	94
Gambar 4. 21 Tempat sampah dengan 5 pemilahan beserta keterangan sampah di masing-masing.....	95
Gambar 4. 22 Lampu taman yang ada di dalam Taman Kunang- Kunang	97
Gambar 4. 23 Pengunjung yang bersantai di bawah paravet.....	97
Gambar 4. 24 (a) Fasilitas Toilet dan (b) Tempat sampah dengan pemilahan di Taman Kunang-Kunang	98
Gambar 4. 25 Taman Slamet merupakan CSR dari PT. Bentoel Prima dan banyak dikunjungi siswa SMA	98
Gambar 4. 26 Area Parkir Sepeda	99
Gambar 4. 27 Sculpture Taman Slamet.....	100
Gambar 4. 28 Alat Olahraga yang ada di Taman Slamet	101
Gambar 4. 29 Keran Air Siap Minum di Pedestrian Jalan Ijen .	101
Gambar 4. 30 (a) Pedestrian Jalan Ijen yang dilengkapi dengan sirkulasi bagi disabilitas dan (b) Tempat sampah dengan pemilahan.....	103
Gambar 4. 31 Taman dan Pedestrian Dieng	103
Gambar 4. 32 Berbagai Ornamen yang terdapat di Pedestrian Dieng	105

Gambar 4. 33 (a) Spot untuk foto dan (b) Tempat sampah dengan pemilahan di Pedestrian Dieng.....	105
Gambar 4. 34 Mekanisme Proses Kerjasama CSR di Kota Malang	107
Gambar 4. 35 Plakat yang diberikan dari Pemerintah Kota Malang untuk PT. Bentoel Prima pada Taman Slamet ...	112
Gambar 4. 36 Plakat yang diberikan dari Pemerintah Kota Malang untuk PT. Beiersdorf Indonesia pada Taman Merbabu	112
Gambar 4. 37 Reklame dari produk PT. Beiersdorf di dalam Merbabu Family Park.....	113
Gambar 4. 38 Bagan Alur Pengerjaan Sasaran 1	115
Gambar 4. 39 Ilustrasi Alur Pikir Pengerjaan Sasaran 3	150

“Halaman sengaja dikosongkan.”

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ruang Terbuka Hijau (RTH) perkotaan adalah bagian dari ruang terbuka (*open spaces*) suatu wilayah perkotaan yang diisi oleh tumbuhan, tanaman dan vegetasi (endemik maupun introduksi) guna mendukung manfaat ekologis, sosial budaya dan arsitektural yang dapat memberikan manfaat ekonomi (kesejahteraan) bagi masyarakatnya (Dwiyanto, 2009). Bagi masyarakat sendiri, penyediaan ruang terbuka hijau dapat dijadikan sarana lingkungan yang memiliki manfaat besar diantaranya adalah adanya peningkatan kualitas lingkungan, keindahan, kesegaran, kenyamanan dan mampu menurunkan polusi sehingga dapat meningkatkan kesehatan masyarakat dan mewujudkan keserasian lingkungan (Rochim, 2013).

Penyediaan RTH telah diatur di dalam Undang-undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, bahwa RTH sebagai salah satu ruang publik harus memiliki luasan minimal yang ideal untuk RTH perkotaan yaitu 30% dari luas total suatu wilayah kota. Luasan ini terdiri dari 20% RTH publik dan 10% RTH privat. RTH publik adalah RTH yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah kota/kabupaten yang digunakan untuk kepentingan masyarakat secara umum. Yang termasuk dalam RTH jenis RTH publik adalah RTH Taman dan Hutan Kota, RTH Jalur Hijau Jalan, dan RTH Fungsi Tertentu.

Dalam penyediaan dan pemanfaatan RTH dibutuhkan peran dari pihak swasta seperti bekerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam membangun dan memelihara ruang terbuka hijau serta mengupayakan bantuan pendanaan bagi masyarakat dalam realisasi pelibatan dalam pemanfaatan dan pemeliharaan ruang terbuka hijau (Permen PU No. 5 Tahun 2008). Salah satu bentuk peran dari pihak swasta adalah adanya penyediaan melalui program CSR. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi

bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. CSR perusahaan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk kegiatan, dengan perusahaan sebagai pelaksana yang melibatkan mitra-mitra yang kompeten dibidangnya (Nuryana, 2005). Kebijakan mengenai CSR tersebut telah diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dimana perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

CSR dalam bentuk penyediaan prasarana dan sarana RTH publik sudah cukup banyak diterapkan di Indonesia, diantaranya adalah revitalisasi Taman Bungkul yang terletak di Kota Surabaya. Revitalisasi tersebut merupakan salah satu program CSR Telkom Divre V Jawa Timur yang bekerja sama dengan Pemerintah Kota Surabaya (Syafraha, 2008). Tidak hanya Taman Bungkul, revitalisasi Taman Lansia yang terletak di Kota Bandung juga merupakan salah satu bentuk program CSR dari Telkom. Dimana Pemerintah Kota Bandung dan PT. Telkom bekerja sama membangun *wifi.id* yang merupakan layanan *publik internet* berbasis teknologi *Wireless Fidelity* (Anindita & Suwandono, 2016).

Dalam Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/184/35.73.112/2016 tentang Penetapan Taman Kota, Hutan Kota dan Jalur Hijau, untuk tahun 2016 jumlah luasan RTH publik di Kota Malang masih sebesar 1.362,32 Ha atau sama dengan 12,38% dari luas total wilayah Kota Malang yaitu sebesar 11.006 Ha yang seharusnya mencadangkan 2.201,2 Ha untuk RTH publik 20%. Salah satu penyebab belum terpenuhi proporsi 20% adalah karena Pemerintah Kota Malang memiliki kendala keterbatasan dana APBD untuk mengembangkan RTH publik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, Ismintarti, bahwa dana APBD itu hanya sekitar Rp 4 Milyar, dimana hanya cukup untuk melakukan pemeliharaan RTH publik, sehingga untuk pengembangan RTH publik Pemerintah Kota Malang mengalami kesulitan. Maka dari itu, Pemerintah Kota Malang

menjalin kerjasama dengan sejumlah perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dimulai dari tahun 2011 yang kemudian mulai digencarkan kembali pada tahun 2013, di Kota Malang terdapat beberapa RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR. Berdasarkan *database* program CSR dari Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, dalam kurun waktu tahun 2011-2017 telah dilaksanakannya 16 program CSR, diantaranya adalah revitalisasi Taman Slamet (CSR dari PT. Bentoel Prima), revitalisasi Alun-Alun Merdeka Kota Malang (CSR dari BRI), penataan kawasan pedestrian di Jl. Ijen, dan lain sebagainya. Dalam pelaksanaannya, kewenangan persetujuan CSR dilakukan secara kesepakatan bersama antara pemberi dengan penerima CSR yaitu SKPD Pemerintah Kota Malang tanpa campur tangan pihak lain. Ditambahkan untuk pengelolaan RTH publik diserahkan kepada Bidang Pertamanan, Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Malang yang saat ini berubah menjadi Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman (Hasil Wawancara Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, 2017).

Permasalahan yang timbul dari sisi Pemerintah Kota Malang adalah persebaran RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR belum merata, yaitu hanya terpusat pada Kecamatan Klojen yang merupakan pusat Kota Malang (*Database* program CSR Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, 2017). Sedangkan dari sisi pihak swasta, permasalahan yang timbul adalah kurangnya keterpaduan antara pemerintah dari lembaga eksekutif dengan lembaga legislatif dalam merencanakan program CSR.. Hal itu dapat dilihat pada kasus revitalisasi Alun-Alun Kota Malang, pada saat Pemerintah Kota Malang memberikan insentif kepada BRI berupa pembangunan *drive-thru* ATM, hal tersebut dipermasalahkan oleh DPRD Kota Malang karena melanggar Perda Kota Malang No. 3 Tahun 2003 tentang Pengelolaan Pertamanan Kota dan Dekorasi Kota. Pembangunan *drive-thru* ATM dirasa akan merubah fungsi taman (Hasil Wawancara peneliti dengan BRI, 2017).

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dilihat bahwa pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR

masih belum efektif. Maka dari itu, diperlukan penelitian terkait pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang efektif berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta untuk melaksanakan program CSR dalam bentuk pengembangan RTH publik di Kota Malang.

1.2 Rumusan Permasalahan

Dalam pemenuhan proporsi RTH publik 20%, Pemerintah Kota Malang mengalami kendala dalam keterbatasan dana APBD sehingga menjalin kerjasama dengan pihak swasta melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada implementasinya, RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR ini masih belum merata yaitu masih terdapat di Kecamatan Klojen dan Lowokwaru yang merupakan pusat kota. Selain itu dalam pelaksanaannya, Pemerintah Kota Malang kurang adanya keterpaduan antara pemerintah dari lembaga eksekutif dengan lembaga legislatif dalam merencanakan program CSR, sehingga pihak swasta terkena dampak dari pelaksanaan kerjasama. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah “*Bagaimana prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR?*”

1.3 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan tujuan tersebut diperoleh beberapa sasaran yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta.
3. Menganalisis prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini adalah Kota Malang yang mempunyai luas 11.006 Ha. Kota Malang terdiri atas lima (5) kecamatan yaitu Kecamatan Lowokwaru, Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing, Kecamatan Sukun, dan Kecamatan Kedungkandang. Adapun batas wilayah penelitian sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kec. Singosari dan Kec. Karangploso Kab. Malang

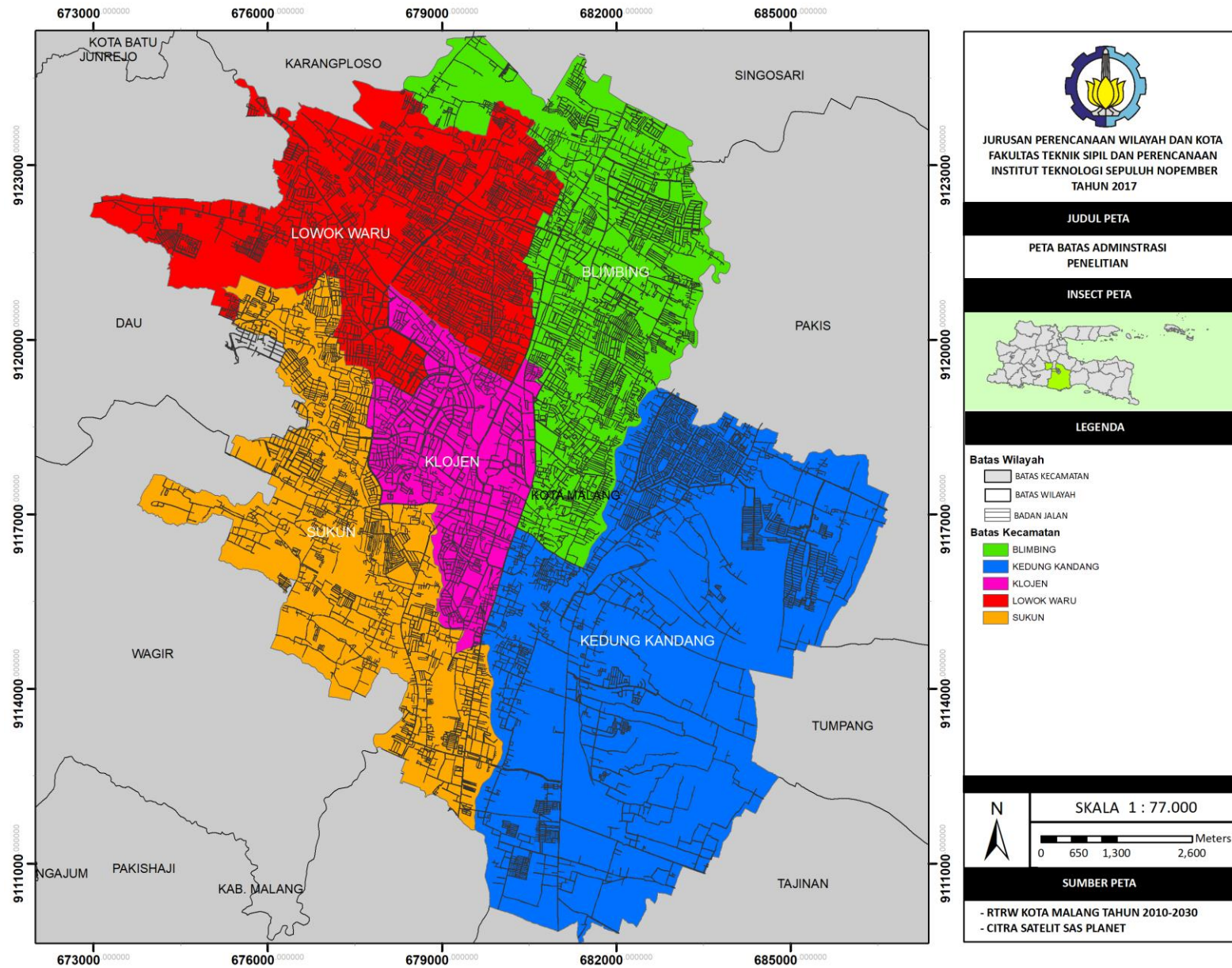
Sebelah Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji Kab. Malang

Sebelah Timur : Kec. Pakis dan Kec. Tumpang Kab. Malang

Sebelah Barat : Kec. Wagir dan Kec. Dau Kab. Malang

Adapun peta wilayah penelitian dapat dilihat pada **Gambar 1.1 Peta Batas Administrasi Wilayah Penelitian.**

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”



Gambar 1. 1 Peta Batas Administrasi Wilayah Penelitian
Sumber : RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

1.4.2 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini adalah merumuskan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi pemerintah dengan pihak swasta. Berdasarkan kewenangan Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, RTH publik yang dibahas meliputi taman kota, hutan kota, dan jalur hijau/pedestrian.

1.4.3 Ruang Lingkup Substansi

Ruang lingkup substansi menjelaskan teori-teori yang menunjang dalam merumuskan prinsip pengembangan RTH publik melalui program CSR. Adapun teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini meliputi teori mengenai RTH publik yang meliputi fungsi, jenis dan peran swasta dalam pengembangan RTH publik. Selain itu terdapat teori terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditinjau dari prinsip dasar CSR, manfaat, serta mekanisme penyelenggaraan program CSR.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terbagi atas dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait dengan pembiayaan penyediaan fasilitas publik, yang salah satunya adalah pengembangan RTH publik melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta dalam mengembangkan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan, serta kerangka berpikir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori atau pustaka yang berkaitan dengan pengembangan RTH publik melalui program CSR yang disintesa untuk menghasilkan variabel penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang memuat pendekatan dan tahapan-tahapan penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

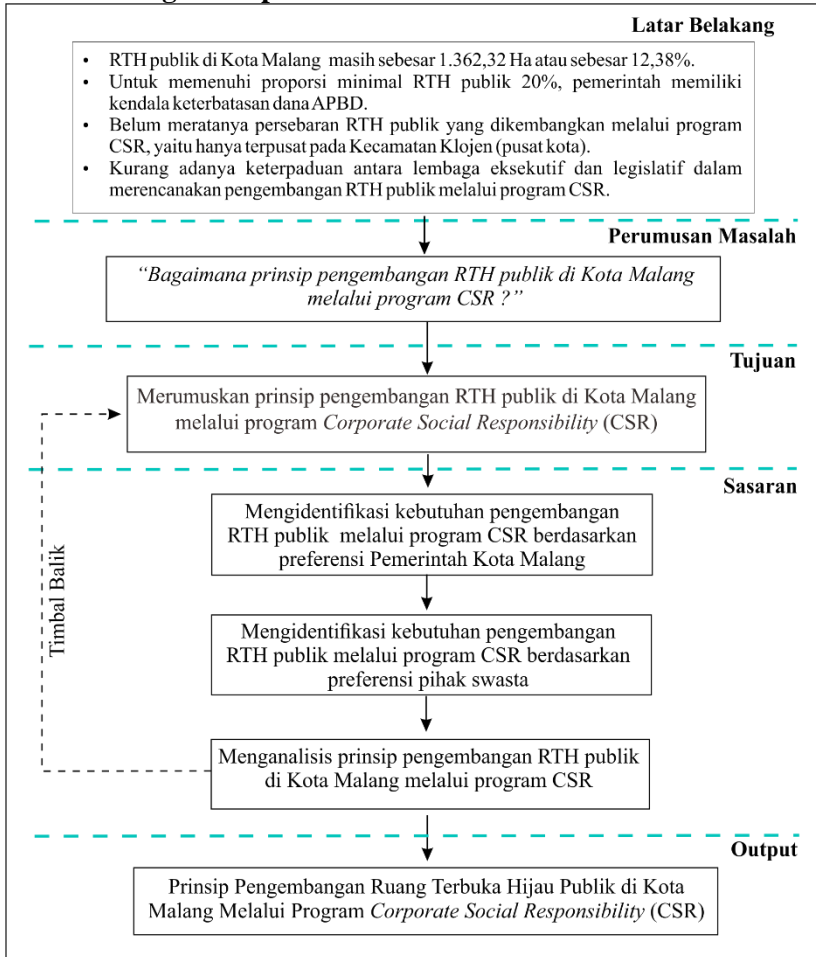
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum kondisi eksisting wilayah penelitian, analisis, dan pembahasan dalam menjawab sasaran dan perumusan hasil akhir yang menjawab tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi hasil penelitian, kesimpulan, rekomendasi, kelemahan studi, serta saran yang dapat ditinjau untuk menindaklanjuti hasil penelitian.

1.7 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir

Sumber : Penulis, 2017

Keterangan :

- ➔ Harus dilakukan secara berurutan
- - - - - ➔ Tidak harus dilakukan secara berurutan

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ruang Terbuka Publik

Menurut Benn dan Gaus dalam Madanipour (2003), berdasarkan kriteria akses, agen, dan kepentingan, sebuah ruang dapat dianggap ruang publik jika ruang tersebut dikuasai oleh pemilik wewenang publik serta harus berhubungan dengan masyarakat secara keseluruhan, terbuka atau dapat dijangkau masyarakat dan digunakan bersama oleh semua masyarakat tersebut. Sedangkan menurut Stephen Carr (1992) dalam Haryanti (2008), melihat ruang terbuka publik sebagai ruang milik bersama, tempat masyarakat melakukan aktivitas fungsional dan ritualnya dalam suatu ikatan komunitas, baik kehidupan sehari-hari maupun dalam perayaan berkala yang telah ditetapkan sebagai sesuatu yang terbuka, tempat masyarakat melakukan aktivitas pribadi dan kelompok.

Lain halnya dengan pendapat dari Shirvani dalam Satria (2015), ruang terbuka merupakan lansekap kota yang meliputi jalan, trotoar, jalur pedestrian, taman dan ruang rekreasi terbuka. Keberhasilan dalam perencanaan sebuah ruang terbuka dapat diukur melalui suasana yang mampu ditimbulkan oleh ruang terbuka tersebut baik secara ekonomis, teknis, dan fisik estetika serta pola tingkah laku manusia. Dari berbagai teori yang dikemukakan oleh para ahli tersebut, maka pengertian ruang terbuka publik adalah *ruang terbuka yang dikuasai oleh pemilik wewenang publik (pemerintah) dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat untuk dijadikan tempat berinteraksi sosial.*

2.2 Ruang Terbuka Hijau

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 5 Tahun 2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan, RTH adalah area memanjang/jalur dan mengelompok, yang penggunaannya lebih bersifat terbuka, tempat tumbuh tanaman, baik yang tumbuh tanaman secara alamiah maupun yang sengaja ditanam. Sedangkan ruang terbuka hijau

merupakan semua ruang di luar bangunan yang dibangun oleh manusia seperti taman kota, pedestrian plaza, dan lain-lain yang harus mempunyai fungsi tertentu berkaitan erat dengan aktifitas kota, seperti fungsi estetika, rekreasi dan sebagainya (Ashihara dalam Satria, 2015).

Menurut Purnomohadi (2008), ruang terbuka hijau adalah ruang terbuka suatu kawasan perkotaan yang merupakan bagian dari ruang terbuka, dimana antara relatif terdapat banyak unsur hijau tanaman dan tumbuhan yang sengaja atau tak sengaja ditanam. Bila dikaji melalui pengertian yang tertuang dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2007 tentang Penataan RTH Kawasan Perkotaan, ruang terbuka hijau kawasan perkotaan adalah bagian dari ruang terbuka suatu kawasan perkotaan yang diisi oleh tumbuhan dan tanaman guna mendukung manfaat ekologi, sosial, budaya, ekonomi, dan estetika. RTH perkotaan juga dapat diartikan bagian dari ruang-ruang terbuka (*open space*) suatu wilayah perkotaan yang diisi oleh tumbuhan, tanaman dan vegetasi (endemik atau introduksi) guna mendukung manfaat ekologis, sosial-budaya dan arsitektural yang dapat memberikan manfaat ekonomi (kesejahteraan) bagi masyarakatnya.

Berdasarkan berbagai teori yang dikemukakan oleh para ahli diatas, *ruang terbuka hijau adalah bagian dari ruang terbuka yang berisi vegetasi, yang memiliki fungsi tertentu berkaitan dengan aktivitas kota, seperti fungsi ekologi, sosial, budaya, ekonomi, dan estetika.*

2.2.1 Fungsi Ruang Terbuka Hijau

Pada umumnya ruang terbuka publik dalam perencanaan kota memiliki peran sebagai berikut (Darmawan, 2007) :

- a) Sebagai pusat interaksi dan komunikasi masyarakat, baik formal maupun informal.
- b) Sebagai ruang terbuka yang menjadi pembagi ruang-ruang fungsi bangunan di sekitarnya serta ruang untuk transit bagi masyarakat yang akan pindah ke arah tujuan lain.

- c) Sebagai tempat pedagang kaki lima untuk berjualan.
- d) Sebagai paru-paru kota yang dapat menyegarkan kawasan tersebut, sekaligus sebagai ruang evakuasi untuk menyelamatkan masyarakat apabila terjadi bencana.

Berdasarkan Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan (2008), ruang terbuka hijau memiliki 2 fungsi yang terdiri atas fungsi utama (intrinsik) dan fungsi tambahan (ekstrinsik). Fungsi Utama (intrinsik) yaitu fungsi ekologis yang meliputi 1) Memberi jaminan pengadaan RTH menjadi bagian dari sistem sirkulasi udara; 2) Pengatur iklim mikro agar sistem sirkulasi udara dan air secara alami dapat berlangsung lancar; 3) Sebagai peneduh; 4) Produksi oksigen; 5) Penyerap air hujan; 6) Penyedia habitat satwa; 7) Penyerap polutan media udara, air, dan tanah; dan 8) Sebagai penahan angin. Sedangkan fungsi tambahan (ekstrinsik) yaitu :

Tabel 2. 1 Fungsi Tambahan RTH (Ekstrinsik)

No.	Fungsi	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Fungsi Sosial dan Budaya	<ul style="list-style-type: none"> a) Menggambarkan ekspresi budaya lokal b) Merupakan media komunikasi warga kota c) Tempat rekreasi d) Wadah dan objek pendidikan, penelitian dan pelatihan dalam mempelajari alam
2.	Fungsi Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> a) Sumber produk yang bisa dijual, seperti tanaman bunga, buah, daun, dan sayur mayur. b) Bisa menjadi bagian dari usaha pertanian, perkebunan, kehutanan, dan lain-lain.
3.	Fungsi Estetika	<ul style="list-style-type: none"> a) Meningkatkan kenyamanan, memperindah lingkungan kita baik dari skala mikro seperti halaman rumah, lingkungan permukiman, maupun makro seperti lansekap kota secara keseluruhan. b) Menstimulasi kreativitas dan produktivitas warga kota. c) Pembentuk faktor keindahan arsitektural.

No.	Fungsi	Keterangan
(1)	(2)	(3)
		Menciptakan suasana serasi dan seimbang antara area terbangun dan tidak terbangun.

Sumber : Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan, 2008

Khusus untuk RTH dengan fungsi sosial seperti tempat istirahat, sarana olahraga dan atau area bermain, maka RTH ini harus memiliki aksesibilitas yang baik untuk semua orang, termasuk aksesibilitas bagi penyandang cacat.

Berdasarkan Makalah Lokakarya Ruang Terbuka Hijau (RTH) Wilayah Perkotaan oleh Institut Pertanian Bogor (2012), RTH memiliki 2 fungsi utama (intrinsik) yaitu fungsi ekologis, dan fungsi tambahan (ekstrinsik) yaitu fungsi arsitektural, sosial dan fungsi ekonomi. Dalam suatu wilayah perkotaan empat fungsi utama ini dapat dikombinasikan sesuai dengan kebutuhan, kepentingan, dan keberlanjutan kota. RTH berfungsi ekologis, yang menjamin keberlanjutan suatu wilayah kota secara fisik, harus merupakan satu bentuk RTH yang berlokasi, berukuran, dan berbentuk pasti dalam suatu wilayah kota, seperti RTH untuk perlindungan sumberdaya penyangga kehidupan manusia dan untuk membangun jejaring habitat hidupan liar. RTH pendukung dan penambah nilai kualitas lingkungan dan budaya kota tersebut, sehingga dapat berlokasi dan berbentuk sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya, seperti untuk keindahan, rekreasi, dan pendukung arsitektur kota.

Menurut Hasni dalam Maulida (2015), ditinjau dari segi ekosistem ruang terbuka hijau (RTH) kota, semua selalu mengandung tiga fungsi pokok yang meliputi :

1. Fisik ekologis, termasuk pengkayaan jenis dan plasma nutfahnya.
2. Ekonomis, nilai produktif/finansial dan penyeimbang untuk kesehatan lingkungan.
3. Sosial budaya, termasuk pendidikan dan nilai budaya dan psikologisnya.

Menurut Fandeli (2004) dalam Dwihatmojo (2012), RTH kota merupakan bagian penataan ruang perkotaan dengan fungsi sebagai :

1. Kawasan lindung
2. Menjaga ketersediaan lahan sebagai kawasan resapan air
3. Menjaga keseimbangan antara lingkungan alam dan lingkungan binaan yang berguna untuk kepentingan masyarakat
4. Memberikan keserasian lingkungan perkotaan sebagai sarana pengaman lingkungan perkotaan yang aman, nyaman, segar, indah, dan bersih.
5. *Open publik space*, untuk tempat berinteraksi sosial dalam masyarakat seperti tempat rekreasi, sarana olahraga dan atau area bermain.

Tabel 2. 2 Kajian Fungsi Ruang Terbuka Hijau Publik

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Darmawan (2007)	Pada umumnya ruang terbuka publik dalam perencanaan kota memiliki beberapa peran bagi masyarakat dan ekologis kota	Sosial
			Ekonomi
			Ekologis
2.	Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan (2008)	Ruang terbuka hijau memiliki 2 fungsi yang terdiri atas fungsi utama (intrinsik) yaitu fungsi ekologis dan fungsi tambahan (ekstrinsik) yang terdiri atas fungsi sosial dan budaya, ekonomi, dan fungsi estetika.	Ekologis
			Sosial dan Budaya
			Ekonomi
			Estetika
3.	Makalah Lokakarya (RTH) Wilayah Perkotaan oleh Institut	RTH memiliki 2 fungsi utama (intrinsik) yaitu fungsi ekologis, dan fungsi tambahan (ekstrisik) yaitu fungsi arsitektural, sosial dan fungsi ekonomi.	Ekologis
			Arsitektural
			Sosial
			Ekonomi

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
	Pertanian Bogor (2012)		
4.	Hasni dalam Maulida (2015)	Ditinjau dari segi ekosistem ruang terbuka hijau (RTH) kota, semua selalu mengandung tiga fungsi pokok yaitu	Fisik ekologis
			Ekonomis
			Sosial Budaya
5.	Fandeli (2004) dalam Dwihatmojo (2012)	RTH kota merupakan bagian penataan ruang perkotaan dengan fungsi sebagai kawasan lindung, menjaga ketersediaan lahan dan keseimbangan lingkungan serta keserasian lingkungan, dan tempat berinteraksi sosial	Ekologis
			Sosial

Sumber : Hasil Kajian Pustaka, 2017

2.2.2 Jenis Ruang Terbuka Hijau Publik

Berdasarkan UU No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, RTH dapat dibagi menjadi dua macam dengan berdasarkan kepemilikannya, yaitu RTH publik dan RTH privat. Proporsi RTH di wilayah perkotaan paling sedikit 30% dari luas wilayah kota, dengan pembagian 20% proporsi dari RTH publik dan 10% proporsi dari RTH privat. Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 5 Tahun 2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan, RTH publik adalah ruang terbuka hijau yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah kota/kabupaten yang digunakan untuk kepentingan masyarakat secara umum.

Berdasarkan Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan (2008), jenis RTH publik meliputi :

- a. RTH Taman dan Hutan Kota, yang terdiri atas 1) Taman RT; 2) Taman RW; 3) Taman Kelurahan; 4) Taman Kecamatan; 5) Taman Kota; 6) Hutan Kota; dan 7) Sabuk Hijau (*green belt*). Untuk Taman RT, Taman RW, Taman Kelurahan, dan

Taman Kecamatan bisa dimiliki secara publik maupun secara privat.

- b. RTH Jalur Hijau, yang terdiri atas 1) Pulau jalan dan median jalan; 2) Jalur pejalan kaki; dan 3) Ruang dibawah jalan laying.
- c. RTH Fungsi Tertentu, yang terdiri atas 1) RTH sempadan rel kereta api; 2) Jalur hijau jaringan listrik tegangan tinggi; 3) RTH sempadan sungai; 4) RTH sempadan pantai; 5) RTH pengamanan sumber air batu/mata air; dan 6) Pemakaman.

2.2.3 Tematik Pengembangan RTH Publik

Taman sebagai salah satu RTH publik sering dikembangkan dengan mengusung suatu konsep (tematik). Berdasarkan Kajian Konsep Pengembangan dan Pengelolaan Taman Kota Menjadi Taman Tematik Kota Bandung (2014), taman tematik merupakan taman yang dikembangkan dengan mengusung tema/konsep tertentu sebagai ciri khas dengan memunculkan karakter tertentu sebagai ciri khas utamanya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tematik berarti sesuatu yang bersangkutan dengan tema. Tema berarti pokok pikiran. Sehingga tematik berarti sesuatu yang didesain berdasarkan pokok pikiran/tujuan/konsep tertentu.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Skha Consulting (2014) dalam Satria (2015), dalam menentukan tema mempertimbangkan makna filosofi yang jelas dan kuat terkait tema yang akan diusung. Penentuan tema dapat didasarkan pada aspek fungsi taman yang akan ditonjolkan, lingkungan/lokasi dimana taman berada, serta potensi wilayah sekitar. Sehingga adanya taman tematik akan memperkuat identitas kawasan yang sudah ada.

Tabel 2. 3 Kajian Konsep Pengembangan RTH Publik

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Kajian Konsep Pengembangan dan Pengelolaan Taman Kota Menjadi Taman Tematik Kota Bandung (2014)	Taman tematik merupakan taman yang dikembangkan dengan mengusung tema/konsep tertentu sebagai ciri khas dengan memunculkan karakter tertentu sebagai ciri khas utamanya	Tematik RTH
2.	Skha Consulting (2014) dalam Satria (2015)	Penentuan tema dapat didasarkan pada aspek fungsi taman yang akan ditonjolkan, lingkungan/lokasi dimana taman berada, serta potensi wilayah sekitar	Fungsi RTH
			Lokasi RTH
			Potensi Wilayah

Sumber : Hasil Kajian Pustaka, 2017

2.2.4 Peran Swasta dalam Penyediaan Ruang Terbuka Hijau Publik

McKenzie dan Tullock dalam Maulida (2015) mengatakan bahwa RTH sebagai fasilitas publik merupakan barang yang pemanfaatannya oleh kelompok tidak dapat dihindarkan jika barang tersebut tersedia selalu diiringi oleh eksternalitas, yaitu yang dalam penggunaannya muncul biaya-biaya yang harus ditanggung oleh pihak tertentu. Penyediaan RTH itu bukanlah semata-mata hanya tanggung jawab pemerintah, namun hal tersebut merupakan tanggung jawab dari berbagai pelaku penyediaan yang terkait. Pihak swasta adalah pelaku penyediaan penting dalam pemanfaatan ruang perkotaan.

Sadyohutomo (2008) mengatakan bahwa penyediaan prasarana dan sarana umum merupakan tanggung jawab pemerintah. Akan tetapi, tidak berarti bahwa pemerintah harus menyediakan kebutuhan secara keseluruhan karena sebagian tanggung jawab dapat diserahkan kepada pihak lain. Sedangkan

Paskarina (2007) dalam Maulida (2015) menyatakan bahwa prinsipnya, kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah dengan swasta adalah untuk meningkatkan pelayanan publik. Pada hakekatnya, pelibatan pihak swasta dalam pengembangan sarana dan prasarana akan memberi keuntungan bagi keduanya, diantaranya adalah :

- a. Pihak swasta akan mendapatkan keuntungan berupa profit.
- b. Pihak pemerintah akan mendapatkan keuntungan berupa kemudahan dalam proses, waktu penyediaan, meringankan beban pendanaan, dan terciptanya transfer teknologi dan efisiensi managerial dari pihak swasta yang dikombinasikan dengan rasa tanggung jawab serta kepedulian terhadap lingkungan.

Menurut Ramli (2009), bentuk profit perusahaan dapat berupa insentif seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, yaitu insentif ekonomi dilakukan melalui tata cara pemberian kompensasi atau imbalan, keringanan pajak, subsidi silang, sewa ruang dan urun saham, serta insentif fisik melalui pembangunan atau pengadaan prasarana dan sarana untuk melayani pengembangan kawasan sesuai dengan rencana tata ruang, kemudahan prosedur perijinan, dan pemberian penghargaan kepada masyarakat, swasta, dan atau pemerintah daerah.

Setiawan (2016) mengatakan bahwa untuk menarik pihak swasta agar mau terlibat dalam pengembangan kota oleh pemerintah, maka harus ada insentif. Insentif terdiri atas insentif fiskal dan insentif non fiskal. Insentif fiskal merupakan pemanfaatan pengeluaran dan pendapatan negara untuk mempengaruhi keadaan ekonomi, contohnya insentif pajak dan subsidi. Sedangkan insentif non fiskal merupakan insentif yang berbentuk fasilitas baik fisik maupun non fisik, seperti keamanan, lokasi, pelayanan dan infrastruktur.

Berdasarkan Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan (2008), dalam perencanaan suatu RTH peran masyarakat sangat penting, salah satunya adalah peran swasta.

Swasta merupakan pelaku penyediaan yang dianggap penting karena kemampuan kewirausahaan yang dimilikinya. Perbedaan antara peran swasta dengan masyarakat umum adalah karena swasta tidak saja menekankan pada tujuan ekonomi, melainkan juga sosial dan lingkungan dalam memanfaatkan ruang perkotaan. Untuk mencapai hal tersebut, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pihak swasta, diantaranya adalah:

1. Pihak swasta yang akan membangun lokasi usaha (*mall*, *plaza*, dan sebagainya) dengan areal yang luas perlu menyertakan konsep penyediaan RTH.
2. Bekerjasama dengan pemerintah dan masyarakat dalam membangun dan memelihara RTH.
3. Memfasilitasi proses pembelajaran kerjasama pemerintah, swasta, dan masyarakat untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan penyusunan RTH perkotaan, dapat berupa pemberian pelatihan penyediaan RTH maupun proses diskusi dan seminar.
4. Berperan aktif dalam diskusi dan proses penyediaan terkait dengan pembentukan kebijakan publik dan proses pelibatan masyarakat dan swasta terkait dengan penyediaan RTH.
5. Mengupayakan bantuan pendanaan bagi masyarakat dalam realisasi pelibatan dalam pemanfaatan dan pemeliharaan RTH.
6. Menjamin tegaknya hukum dan peraturan yang telah ditetapkan dan disepakati oleh semua pihak dengan konsisten tanpa pengecualian.

Tabel 2. 4 Kajian Peran Swasta dalam Penyediaan RTH Publik

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	McKenzie dan Tullock dalam Maulida (2015)	RTH sebagai fasilitas publik merupakan barang yang pemanfaatannya oleh kelompok dan dalam penyediaannya, RTH bukan hanya tanggung jawab pemerintah, namun hal tersebut merupakan tanggung jawab dari berbagai pelaku penyediaan yang terkait, seperti pihak swasta.	Peran pihak swasta
2.	Paskarina, 2007	Prinsipnya, kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah dengan swasta dalam pengembangan sarana dan prasarana akan memberi keuntungan bagi keduanya.	Keuntungan bagi pemerintah Keuntungan bagi perusahaan
3.	Ramli (2009)	Bentuk benefit bagi perusahaan dapat berupa insentif, yaitu insentif ekonomi dan insentif fisik.	Insentif
4.	Setaiawan (2016)	Untuk menarik pihak swasta agar mau terlibat dalam mendukung program pemerintah maka harus ada insentif	Insentif
5.	Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan RTH di Kawasan Perkotaan, 2008	Dalam perencanaan suatu RTH peran masyarakat sangat penting, salah satunya adalah peran swasta, karena memiliki kemampuan kewirausahaan yang dimilikinya.	Keterlibatan swasta dalam penyediaan RTH

Sumber : Hasil Kajian Pustaka, 2017

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.3.1 Definisi CSR

Menurut Schermerhorn (1993), CSR dapat didefinisikan sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Bila dikaji melalui pengertian yang tertuang di dalam Undang-Undang Nomor. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam penyediaan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Berdasarkan *Commission of the European Communities* (2001) dalam Fahrizqi (2010), CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. CSR juga dapat diartikan sebagai operasi bisnis berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan secara finansial, melainkan untuk penyediaan sosial dan ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan. Menurut Wibisono (2007) CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan berbagai teori yang dikemukakan oleh para ahli diatas, CSR merupakan *tanggung jawab sebuah perusahaan yang diberikan secara sukarela kepada masyarakat sekitarnya guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan dengan memperhatikan nilai, norma dan budaya yang berlaku pada masyarakat setempat. Dimana perusahaan tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan, melainkan untuk penyediaan sosial-ekonomi yang berkelanjutan.*

2.3.2 Prinsip Dasar CSR

Menurut Porter (2002) CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yang terdiri atas *profit*, *people* dan *planet* (3P).

- a. *Profit*, yaitu perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi.
- b. *People*, yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- c. *Planet*, yaitu perusahaan peduli terhadap terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati seperti penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, dan pengembangan pariwisata (ekoturisme).

Berdasarkan Buku Strategi Kerjasama CSR dalam Bidang Cipta Karya (2012), terdapat empat argumen yang mendasari perusahaan untuk melakukan program CSR, yaitu kewajiban moral, *sustainability* (kontribusi terhadap solusi masalah lingkungan hidup dan sosial), *license to operate*, dan reputasi. Berdasarkan argumen tersebut, maka tujuan perusahaan melakukan CSR tidak hanya untuk memperoleh citra dan profit jangka pendek semata, melainkan lebih dari sekedar kewajiban untuk memenuhi undang-undang dan peraturan yang berlaku. Dimana perusahaan dapat melakukan sesuatu yang dapat meningkatkan dampak positif dan mengurangi dampak negatif dari aktivitas bisnisnya serta dapat berkontribusi dalam penyediaan berkelanjutan yang tidak diatur dalam undang-undang dan peraturan.

Berdasarkan Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (2010), aktivitas CSR biasanya mempertimbangkan beberapa hal antara lain :

1. *Proximity*, yaitu kedekatan aktivitas CSR dengan posisi geografis aktivitas perusahaan. Misalnya, Freeport membantu masyarakat suku Amungme, karena lokasi pertambangannya berada di wilayahnya.
2. *Relevance*, yaitu sejauh mana aktivitas CSR relevan dengan atau mendukung operasi perusahaan mencetak laba. Ini adalah model CSR sebagaimana yang dijalankan PT Telkom. Misalnya, pemberian dana hibah/bergulir oleh Telkom untuk para pengecer kartu pra bayarnya, atau Sido Muncul memberi kredit ringan untuk membeli sepeda bagi tukang jamu gendong, dan sebagainya. Biasanya mereka juga diwajibkan memasang atribut perusahaan untuk tujuan promosi.
3. *Magnitude*, yaitu yang terkait efek ‘promotif’ yang bisa muncul berupa citra positif kalau CSR dilaksanakan, meskipun tidak disampaikan secara eksplisit. Ini adalah bentuk tanggung jawab sosial yang lebih utuh, yakni tanggung jawab pada tiga hal mendasar (*triple-bottom line* atau *people, planet, dan profit*). Kalau pun ada keuntungan yang bisa dipetik oleh perusahaan, adalah berupa keuntungan tidak langsung dalam bentuk meningkatnya citra positif perusahaan di mata stakeholder-nya. Misalnya yang masuk dalam program pemberian sumbangan kepada korban untuk bencana alam, kelaparan, dan aktivitas sosial. Contohnya sumbangan PT Telkom melalui Divisi Bina Lingkungan (Community Development Center) bagi bencana alam di Sumatera Barat.

Berdasarkan ISO 26000 dalam Daniri (2006), prinsip-prinsip dasar pelaksanaan program CSR meliputi kepatuhan kepada hukum, menghormati instrumen atau badan-badan internasional, menghormati *stakeholder* dan kepentingannya, akuntabilitas, transparansi, perilaku yang beretika, melakukan tindakan pencegahan, dan menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

Tabel 2. 5 Kajian Prinsip Dasar Program CSR

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Porter, 2002	CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah <i>triple bottom lines</i> , yang terdiri atas <i>profit</i> , <i>people</i> dan <i>planet</i> (3P).	Ekonomi
			Sosial
			Lingkungan
2.	Buku Strategi Kerjasama CSR dalam Bidang Cipta Karya, 2012	Hal yang mendasari perusahaan untuk melakukan program CSR, yaitu kewajiban moral, <i>sustainability</i> (kontribusi terhadap solusi masalah lingkungan hidup dan sosial), <i>license to operate</i> , dan reputasi.	Hukum
			Lingkungan
			Ekonomi
3.	Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (2010)	Aktivitas CSR biasanya mempertimbangkan beberapa hal, yaitu kedekatan aktivitas CSR, keselarasan program CSR dengan bidang perusahaan, dan dampak program CSR terhadap nilai jual perusahaan	Lokasi program CSR
			Relevansi program CSR
			Ekonomi
4.	ISO 26000 dalam Daniri, 2006	Prinsip dasar pelaksanaan program CSR meliputi kepatuhan kepada hukum, menghormati instrumen atau badan-badan internasional, menghormati <i>stakeholder</i> dan kepentingannya, akuntabilitas, transparansi, perilaku yang beretika, melakukan tindakan pencegahan, dan menghormati dasar-dasar hak asasi manusia	Hukum

Sumber : Hasil Kajian Pustaka, 2017

2.3.3 Manfaat CSR

Menurut Nugroho (2007) manfaat dari program CSR tidak hanya akan dirasakan oleh perusahaan, melainkan akan dirasakan pula oleh masyarakat, lingkungan, dan negara.

1. Perusahaan

Manfaat yang akan dirasakan oleh perusahaan diantaranya adalah usahanya akan lebih berkelanjutan (*sustainable*) karena pekerjanya sejahtera dan loyal bekerja pada perusahaan tersebut sehingga lebih produktif, bahan baku terjamin karena lingkungan terjaga, citra positif perusahaan dari masyarakat sekitar, sehingga laba yang diperoleh perusahaan akan terjaga (*sustainable profitability*).

2. Masyarakat

Selain perusahaan, manfaat dari adanya program CSR juga akan dirasakan oleh masyarakat diantaranya meningkatkan nilai tambah karena dengan adanya perusahaan akan menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut, pekerja lokal akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya.

3. Lingkungan

Manfaat bagi lingkungan diantaranya adalah mencegah eksploitasi berlebihan akan sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi, bahkan perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

4. Negara

Sedangkan manfaat bagi negara diantaranya adalah akan mencegah adanya *corporate misconduct* atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Negara akan menikmati pendapatan dari pajak wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Menurut Daniri (2006), manfaat yang akan didapatkan perusahaan yang telah mengimplementasikan program CSR adalah 1) Keberadaan perusahaan dapat tumbuh berkelanjutan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas; 2)

Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal); 3) Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas; 4) Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal yang kritis (*critical decision making*); dan 5) Mempermudah pengelolaan manajemen resiko. Sedangkan menurut Suharto (2008), terdapat empat manfaat CSR terhadap perusahaan, diantaranya adalah :

a) *Brand differentiation*

Agar sebuah perusahaan dapat menghadapi persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR dapat memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

b) *Human resources*

Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Bagi staff lama, CSR dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.

c) *License to operate*

Perusahaan yang telah melakukan program CSR dapat mendorong pemerintah dan publik agar memberi izin bisnis karena telah dianggap memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

d) *Risk management*

Reputasi suatu perusahaan yang telah dibangun bertahun-tahun dapat runtuh sewaktu-waktu, maka dari itu membangun budaya *doing the right thing* berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

Menurut Haryati (2013) dalam To'ifah (2016), manfaat CSR yang akan dirasakan oleh pihak perusahaan dapat adalah 1) Meningkatkan citra perusahaan; 2) Memperkuat *brand* perusahaan; 3) Mengembangkan kerjasama dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*); 4) Membedakan perusahaan dengan pesaingnya; dan 5) Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan.

Tabel 2. 6 Kajian Manfaat Program CSR

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Nugroho, 2007	Manfaat dari program CSR tidak hanya akan dirasakan oleh perusahaan, melainkan akan dirasakan pula oleh masyarakat, lingkungan, dan negara	Ekonomi
			Sosial
			Lingkungan
			Hukum
2.	Daniri, 2006	Manfaat yang akan didapatkan perusahaan meliputi mendapatkan citra yang positif dari masyarakat, mudah memperoleh akses terhadap modal, dapat mempertahankan SDM berkualitas, dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko.	Ekonomi
3.	Suharto, 2008	Terdapat empat manfaat yang akan dirasakan jika perusahaan melakukan program CSR, yaitu <i>brand differentiation, human resources, license to operate</i> , dan <i>risk management</i>	Ekonomi
			Hukum
4.	Haryati, 2013	Manfaat CSR akan dirasakan oleh pihak perusahaan.	Ekonomi
			Kemitraan

Sumber : Hasil Kajian Pustaka, 2017

2.3.4 Mekanisme Penyelenggaraan Kegiatan CSR

1. Buku Pedoman CSR Bidang Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup

Berdasarkan Buku Pedoman CSR Bidang Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup (2011), di dalam buku ini ditujukan sebagai panduan pemerintah pusat maupun daerah agar dipergunakan sebagai pedoman dalam membantu perusahaan melaksanakan kegiatan CSR khususnya dibidang lingkungan. Adapun beberapa

langkah yang dapat diikuti oleh perusahaan dalam merencanakan, melaksanakan, serta menyusun pendokumentasian kegiatan CSR adalah sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Mekanisme Penyelenggaraan Program CSR
Sumber : Buku Pedoman CSR Bidang Lingkungan KLH, 2011

Berdasarkan **Gambar 2. 1** diatas, maka mekanisme penyelenggaraan program CSR terbagi atas 4 tahapan, yaitu pra perencanaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pendokumentasian kegiatan CSR. Berikut penjelasan dari masing-masing tahapan.

Tabel 2. 7 Penjelasan Tahapan Mekanisme Penyelenggaraan Kegiatan CSR Bidang Lingkungan

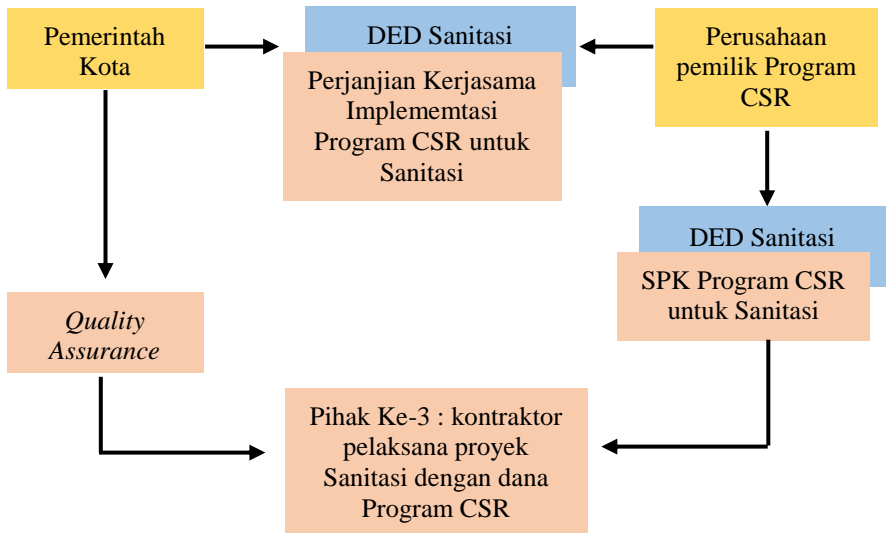
Pra Perencanaan Kegiatan CSR	Perencanaan Kegiatan CSR	Pelaksanaan Kegiatan CSR	Pendokumentasian Kegiatan CSR
a. Melakukan identifikasi dampak negatif lingkungan dari rencana penyelenggaraan usaha. b. Melakukan identifikasi potensi SDA dan lingkungan di masyarakat c. Melakukan identifikasi kebutuhan dan aspirasi masyarakat d. Menyusun rencana kegiatan CSR bidang lingkungan	a. Menyusun konsep perencanaan kegiatan CSR yang jelas, lengkap, terperinci. b. Membangun persepsi yang sama antara perusahaan dengan <i>stakeholder</i> . c. Mengadakan kerjasama dengan pemerintah atau <i>stakeholder</i> lainnya dengan penandatanganan MOU. d. Menyusun perencanaan terpadu dengan pemerintah daerah agar terjadi sinergi. e. Melaksanakan konsultasi perencanaan yang melibatkan masyarakat. f. Melakukan dialog selain Musrembang yang	a. Memilih SDM yang memiliki kemampuan, komitmen dan kepedulian terhadap CSR. b. Melatih SDM yang bertanggung jawab untuk memimpin pelaksanaan kegiatan CSR. c. Melakukan kegiatan <i>monitoring</i> atas kemajuan kegiatan CSR d. Melakukan evaluasi kegiatan CSR yang telah berjalan. e. Mendesain sistem penghargaan bagi penanggung jawab yang telah berhasil melaksanakan kegiatan CSR dengan baik.	a. Membentuk tim pembuat dokumentasi. b. Merencanakan pembuatan dokumentasi. c. Mengumpulkan informasi sekaligus mengidentifikasi akurasi sumbernya. d. Menganalisa data berdasarkan informasi yang telah diolah. e. Membuat draft dokumentasi kegiatan CSR. f. Melakukan <i>review</i> dan finalisasi draft dokumentasi kegiatan CSR. g. Mempublikasi dan mendistribusikan dokumentasi kegiatan CSR. h. Mengumpulkan tanggapan sekaligus mendiskusikan dan

Pra Perencanaan Kegiatan CSR	Perencanaan Kegiatan CSR	Pelaksanaan Kegiatan CSR	Pendokumentasian Kegiatan CSR
	<p>diselenggarakan atas inisiatif perusahaan.</p> <p>g. Mengajukan usulan penghargaan dari pemerintah dalam bentuk pengakuan maupun insentif lainnya.</p> <p>h. Menentukan pelaksanaan dan mekanisme <i>monitoring</i> dan evaluasi.</p>	<p>f. Merumuskan kegiatan-kegiatan untuk menjamin terpeliharanya keberlanjutan kegiatan CSR yang berjalan.</p>	<p>mengevaluasi tanggapan dari para pemangku kepentingan sebagai upaya perbaikan kegiatan CSR ke depan.</p>

Sumber : Buku Pedoman CSR Bidang Lingkungan KLH, 2011

2. Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Di dalam buku ini diasumsikan program CSR merupakan bagian dari biaya operasional perusahaan. Maka proses yang akan berlangsung pada tahap implementasi akan mengikuti system dan prosedur pengadaan barang dan jasa yang berlaku di perusahaan mitra kerjasama. Contoh mekanisme implementasi proyek melalui CSR yang dicontohkan dalam buku ini adalah proyek sanitasi. Adapun mekanisme implementasinya seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. 2 Mekanisme Implementasi Program CSR

Sumber : Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), 2010

Berdasarkan **Gambar 2.2** diatas, dapat dilihat bahwa dalam proses ini hampir tidak ada keterlibatan Pemerintah Kota, kecuali dalam proses jaminan mutu/*quality assurance*. Hal ini untuk meyakinkan bahwa sarana sanitasi yang

dibangun sesuai dengan DED yang disiapkan bersama oleh Pemerintah Kota dengan pihak perusahaan mitra kerjasama.

Tabel 2. 8 Kajian Pustaka Mekanisme Penyelenggaraan Kegiatan CSR

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Buku Pedoman CSR Bidang Lingkungan KLH (2011)	Dimana dalam menyelenggarakan kegiatan CSR bidang lingkungan terdapat 4 tahapan yang meliputi tahap pra perencanaan, perencanaan, pelaksanaan dan pendokumentasian kegiatan CSR.	Konsep
			Sosial
			Insentif kerjasama
			Kegiatan <i>Money</i>
			Publikasi kegiatan CSR
2.	Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) (2010)	Program CSR merupakan bagian dari biaya operasional perusahaan. yang akan berlangsung pada tahap implementasi akan mengikuti sistem dan prosedur pengadaan barang dan jasa yang berlaku di perusahaan mitra kerjasama.	DED
			Perjanjian Kerjasama
			Jaminan mutu

Sumber : Hasil Kajian Pustaka, 2017

2.4 Best Practices Program CSR

Di Indonesia sendiri, terdapat beberapa kota yang telah menerapkan penyediaan ruang terbuka hijau dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dimana masing-masing pemerintah kota bekerjasama dengan pihak swasta dalam penyediaannya.

2.4.1 Program CSR di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

Apabila melihat dari pola yang diterapkan PT. Telkom, CSR ternyata terbagi atas dua jenis, yaitu CSR itu sendiri dan PBL. CSR merupakan salah satu komponen biaya operasional

perusahaan, maka wajar jika perusahaan bersangkutan menetapkan target manfaat balik (imbalan) secara langsung dalam bentuk tertentu. Misalnya pemasangan pesan sponsor dalam rangka meningkatkan popularitas perusahaan. Sedangkan PBL bersumber dari penyisihan laba bersih. Dalam skema PBL, perusahaan tidak mensyaratkan adanya manfaat balik secara langsung karena merupakan hibah murni, terutama untuk porsi Bina Lingkungan. Program CSR yang diterapkan PT. Telekomunikasi Indonesia (PT TELKOM) adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 9 Program CSR di PT. TELKOM

No.	Aspek	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Karakteristik	Bagian dari program pengembangan citra perusahaan secara umum di hadapan para pemangku kepentingan (<i>stakeholder</i>), khususnya masyarakat, serta pengamanan sistem rantai pasok perusahaan.
2.	Motif pelaksanaan	Perusahaan memiliki target manfaat balik atas aktivitas CSR, berupa penguatan merek dagang komoditas perusahaan.
3.	Sumber dana dan keberadaan anggaran	Berasal dari bagian biaya operasional perusahaan (bagian dari kebijakan manajemen perusahaan)
4.	Mekanisme dan prosedur alokasi	Mengikuti peraturan perusahaan mengenai mekanisme dan prosedur pengadaan barang dan jasa
5.	Regulasi	Aturan internal manajemen perusahaan
6.	Jenis aktivitas	Terkait/sejalan dengan program pemasaran atau <i>Corporate Communication</i>
7.	Kesinambungan	Berfluktuasi, tergantung pada kebijakan manajemen.

Sumber : Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility-CSR), 2010

Hal tersebut di atas yang terjadi di PT Telkom kemungkinan terjadi pula di beberapa BUMN besar lain. Program CSR PT. Telkom yang sudah dijalankan meliputi pembangunan ruang terbuka Taman Konferensi Asia Afrika (Taman KAA) yang

terletak di Kota Bandung dan Taman Bungkul yang berada di Kota Surabaya.

2.4.2 Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR di Kota Surabaya

A. Pendekatan Pemerintah Kota Surabaya dengan Perusahaan

Salah satu perintisan dan tindak lanjut kerjasama alokasi program CSR yang dapat dijadikan model adalah antara Pemerintah Kota Surabaya dengan beberapa perusahaan swasta nasional, dan bahkan multinasional (untuk program terkait lingkungan hidup). Berikut model pengalaman Pemerintah Kota Surabaya dalam menjalin kerjasama CSR dengan perusahaan :

1. Pemerintah Kota menyediakan lingkungan yang mendukung (*enabling environment*), agar bisa meyakinkan swasta untuk mengalirkan dana CSR-nya demi kepentingan publik.
2. Diperlukan strategi komunikasi dan mediasi profesional guna mewujudkan alokasi dana CSR untuk urusan publik (untuk kasus di Kota Surabaya adalah Konsultan CSR).
3. Pemerintah Kota harus mengawalinya dengan aktivitas lebih dulu untuk memancing swasta/dana CSR masuk. Misalnya menyediakan rencana induk pembangunan sanitasi sebagaimana dituangkan dalam SSK, dan realisasi beberapa bagian tertentu yang sumber dananya berasal dari APBD/APBN.
4. Ada inisiatif pendekatan komunikasi secara langsung kepada perusahaan-perusahaan yang menjadi target mitra pembangunan. Pendekatan ini akan menimbulkan efek reaksi yang lebih positif, dibanding bila mengundang semua calon mitra dalam satu forum pertemuan bersama.

Tabel 2. 10 Kajian *Best Practice* CSR

No.	Sumber	Deskripsi	Aspek
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Program CSR di PT TELKOM	Bagian dari program pengembangan citra perusahaan secara umum di hadapan para pemangku kepentingan (<i>stakeholder</i>), khususnya masyarakat, serta pengamanan sistem rantai pasok perusahaan.	Dampak aktivitas CSR
			Kebijakan Perusahaan
			Relevansi
2.	Pendekatan Pemerintah Kota Surabaya dengan perusahaan	Salah satu perintisan dan tindak lanjut kerjasama alokasi program CSR yang dapat dijadikan model adalah antara Pemerintah Kota Surabaya dengan beberapa perusahaan swasta nasional, dan bahkan multinasional (untuk program terkait lingkungan hidup).	Kelembagaan CSR di Kota Surabaya

Sumber : Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, 2010

B. Pengembangan RTH Tematik di Kota Surabaya

Di Kota Surabaya, terdapat beberapa taman-taman tematik yang dikelola dengan kerjasama Program CSR perusahaan swasta, antara lain Taman Bungkul, Taman Pelangi, Taman Buah Undaan, dan Taman Kombes M Duryat. Berdasarkan Laporan Tahunan PT. Telekomunikasi Indonesia (2013), Taman Bungkul merupakan taman yang dikembangkan melalui program CSR PT. Telkom Indonesia pada tahun 2007. Taman ini memiliki fasilitas yang sangat lengkap, seperti *skateboard track*, *BMX track*, *jogging track*, *area open stage*, zona akses *Wifi* gratis, dan lain sebagainya. Taman ini meraih penghargaan *The 2013 Asian Townscape Award* dari PBB sebagai taman terbaik se-Asia pada tahun 2013.

2.4.3 Pengembangan RTH Tematik Melalui Program CSR di Kota Bandung

Berdasarkan Kajian Konsep Pengembangan dan Pengelolaan Taman Kota Menjadi Taman Tematik Kota Bandung (2014), Kota Bandung dikembangkan melalui konsep (tema) tertentu. Hal ini mengadopsi dari Kota Surabaya yang telah berhasil mengimplementasikannya. Di Kota Bandung, potensi dan daya dukung wilayah merupakan potensi baik dari internal maupun eksternal Kota Bandung terkait penyelenggaraan RTH.

Taman Lalu Lintas merupakan salah satu contoh RTH publik di Kota Bandung yang dikembangkan melalui program CSR dengan tematik. Taman Lalu Lintas dikembangkan oleh PT. Toyota Astra Motor pada tahun 2010. Dinamakan Taman Lalu Lintas karena taman ini merupakan inisiatif para tokoh Kota Bandung yang sudah memiliki visi untuk membina pendidikan lalu lintas dari usia dini. Revitalisasi ini memiliki visi untuk menjadi fasilitas pendidikan dini kepada anak mengenai tata tertib berlalu lintas (Tribun News, 2016).

2.5 Sintesa Pustaka

Berdasarkan kajian tinjauan pustaka yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat dirumuskan sintesa pustaka berupa variabel-variabel yang dapat digunakan untuk mengkaji pengembangan RTH publik yang dibangun melalui program CSR. Indikator dan variabel ini dibedakan berdasarkan aspek prinsip dasar dari CSR, yaitu :

Tabel 2. 11 Sintesa Pustaka terkait Indikator dan Variabel yang digunakan

No.	Pustaka	Aspek	Indikator	Variabel
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Pengembangan RTH publik	Lingkungan	Preferensi lokasi program CSR	Lokasi RTH publik
			Preferensi RTH publik yang dikembangkan	Jenis RTH publik
				Fungsi RTH publik
				Tematik pengembangan RTH publik
			Waktu pemeliharaan RTH publik	Jangka waktu pemeliharaan RTH publik
2.	Penyelenggaraan program CSR	Ekonomi	Bantuan CSR	Bentuk bantuan CSR
			Penyelenggaraan program CSR	Mekanisme penyelenggaraan program CSR
				Bentuk pendekatan pemerintah
			Relevansi program CSR	Kesesuaian program CSR dengan perusahaan
			Insentif Kerjasama	Bentuk insentif kerjasama
				Dampak program CSR terhadap perusahaan
				Ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik
		Sosial	Peran Masyarakat	Keterlibatan masyarakat dalam program CSR
			Keterbukaan informasi	Ketersediaan media publikasi program CSR

Sumber : Hasil Sintesa Tinjauan Pustaka, 2017

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan rasionalistik. Pendekatan rasionalistik merupakan pendekatan yang digunakan dengan jalan memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai dimensi dan hubungan interaktif antara instrument dan tujuan penelitian yang kemudian akan diabstraksi ke dalam model konseptual terkait dengan hubungan keduanya (Bloom dalam Muhadjir, 2000). Dalam penelitian rasionalistik seluruh pemikiran didasari ilmu yang dipahami oleh peneliti, serta data yang digunakan untuk analisis adalah data yang dihasilkan dari observasi, kuesioner, wawancara, serta sumber-sumber pendukung lainnya.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dimana proses dan makna (persepektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian ini (Maulida, 2015). Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam menjawab pertanyaan penelitian digunakan metode deskriptif dan eksploratif. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi yang ada, sehingga didapatkan strategi untuk memecahkan permasalahan yang diteliti. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu indikator, gejala atau keadaan (Sevilla, 1993).

Metode eksploratif merupakan metode yang memiliki tujuan merumuskan atau memperoleh sesuatu yang baru, untuk menentukan suatu hal yang sebelumnya belum ada. Dalam penelitian ini, metode eksplorasi digunakan untuk mengeksplorasi preferensi pemerintah dan pihak swasta terkait kebutuhan

pengembangan RTH publik melalui program CSR. Maka dari itu berdasarkan pendekatan tersebut disusun desain kuesioner dan wawancara. Dalam penarikan kesimpulan, peneliti menggunakan penarikan kesimpulan secara deduktif, yaitu proses pemahaman dari sesuatu yang umum ke khusus. Metode deskriptif dilakukan pada penarikan kesimpulan hasil wawancara dengan Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta serta dalam perumusan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan faktor dasar yang diperoleh dari sintesa tinjauan pustaka dan memiliki ukuran sehingga dapat ditentukan sifat penelitian yaitu kuantitatif maupun kualitatif. Untuk itu perlu dilakukan pengorganisasian variabel yang berisi tahapan, cara mengorganisasikan variabel-variabel tersebut beserta definisi operasionalnya. Definisi operasional tersebut berfungsi sebagai petunjuk untuk menemukan data yang sesuai dengan fakta empirisnya. Berdasarkan kajian pustaka, maka dapat dirumuskan variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional

No. (1)	Sasaran (2)	Indikator (3)	Variabel (4)	Definisi Operasional (5)
1. 2.	Sasaran 1 dan Sasaran 2, yaitu : Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang melalui program CSR	Preferensi lokasi program CSR	Lokasi RTH publik	Preferensi dalam menentukan lokasi RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR
		Preferensi RTH publik yang dikembangkan	Jenis RTH publik	Jenis RTH publik yang akan dikembangkan melalui program CSR
			Fungsi RTH publik	Fungsi RTH publik yang harus dikembangkan melalui program CSR
			Tematik pengembangan RTH publik	Tematik yang digunakan dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR
	Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi pihak swasta melalui program CSR	Waktu pemeliharaan RTH publik	Jangka waktu pemeliharaan RTH publik	Jangka waktu yang menjadi tanggung jawab pihak swasta dalam memelihara RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR
		Bantuan CSR	Bentuk bantuan CSR dalam RTH publik	Bentuk bantuan CSR yang diberikan dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR
		Penyelenggaraan program CSR	Mekanisme penyelenggaraan program CSR	Bentuk mekanisme penyelenggaraan program CSR berupa pengembangan RTH publik
			Bentuk pendekatan pemerintah	Bentuk pendekatan pemerintah dalam menarik pihak swasta untuk terlibat dalam kerjasama CSR
		Relevansi program CSR	Kesesuaian program CSR dengan perusahaan	Sesuai tidaknya program CSR yang dilakukan pihak swasta dengan visi/misi/bidang perusahaan

No. (1)	Sasaran (2)	Indikator (3)	Variabel (4)	Definisi Operasional (5)
		Insentif Kerjasama	Bentuk insentif kerjasama	Bentuk insentif kerjasama yang diberikan pemerintah kepada pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR
			Dampak program CSR terhadap perusahaan	Dampak dari adanya program CSR yang didapat oleh pihak swasta setelah memberikan bantuan CSR
			Ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik	Ada tidaknya media promosi perusahaan seperti reklame atau nama perusahaan di dalam RTH publik
		Peran masyarakat	Keterlibatan masyarakat dalam program CSR	Terlibat tidaknya peran masyarakat dalam proses penyelenggaraan program CSR berupa pengembangan RTH publik
		Keterbukaan informasi	Ketersediaan media publikasi program CSR	Ada tidaknya media publikasi program CSR baik dari pemerintah maupun pihak swasta
3.	Merumuskan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi pemerintah dan pihak swasta	Sesuai <i>output</i> Sasaran 1 dan <i>output</i> Sasaran 2	Sesuai <i>output</i> Sasaran 1 dan <i>output</i> Sasaran 2	Perumusan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi pemerintah hasil Sasaran 1 dan preferensi pihak swasta hasil Sasaran 2

Sumber : Hasil Sintesa Pustaka, 2017

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan unit analisis yang menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah para pihak yang memiliki pengaruh dan berkepentingan terhadap pengimplementasian program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk pengembangan RTH publik di Kota Malang. Sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi yang dapat mewakili populasi atau representatif populasi. Dalam penelitian, sampel sering disebut dengan responden penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling*, dimana teknik pengambilan sampel tidak didasarkan oleh peluang karena populasi tidak diketahui. Teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *stakeholder analysis* dan *purposive sampling*.

Stakeholder analysis digunakan untuk menentukan sampel yang dijadikan responden penelitian. Analisis *Stakeholder* bertujuan untuk mengidentifikasi narasumber untuk mendapatkan pengetahuan khusus yang dimiliki terkait dengan tujuan analisis, peran-perannya, kepentingannya, dan dampak yang ditimbulkan oleh adanya pihak-pihak tersebut. *Stakeholder* merupakan orang-orang, atau kelompok-kelompok, atau lembaga-lembaga yang kemungkinan besar terkena pengaruh dari satu kegiatan program/proyek baik pengaruh positif maupun negatif atau memberi pengaruh.

Pada penelitian ini, analisis *stakeholder* digunakan untuk menentukan pihak mana saja yang berkompeten dan terlibat dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adapun tahapan dalam melakukan analisis *stakeholder* untuk mendapatkan *stakeholder* kunci, diantaranya adalah :

1. Mengidentifikasi *stakeholder* yang terlibat, dilakukan melalui studi literatur yang berkaitan dengan rumusan masalah.

2. Menganalisis kepentingan dan dampak potensial dari permasalahan yang ada terhadap masing-masing *stakeholders*, melalui wawancara terhadap *stakeholder* yang telah diidentifikasi.
3. Menilai tingkat pengaruh (*influence*) dan tingkat kepentingan (*importance*) dari masing-masing *stakeholders*, dilakukan dengan melakukan pembobotan mulai dari yang tidak berpengaruh hingga sangat berpengaruh dan mulai dari yang tidak penting hingga sangat penting dengan menggunakan skala 1-5.

Tabel 3. 2 Matriks Pemetaan Stakeholder

	Pengaruh Rendah	Pengaruh Tinggi
Kepentingan Rendah	Kelompok <i>stakeholder</i> yang paling rendah prioritasnya	Kelompok yang berpengaruh untuk merumuskan atau menjembatani keputusan dan opini
Kepentingan Tinggi	Kelompok <i>stakeholder</i> yang penting namun barangkali perlu pertimbangan	Kelompok <i>stakeholder</i> yang paling kritis

Sumber : UNCHS Habitat, 2001

Maka sebelum dilakukan analisis pengaruh dan kepentingan *stakeholders*, perlu dilakukan identifikasi *stakeholders* yang memiliki kepentingan dalam penelitian ini. *Stakeholders* dalam penelitian ini terdiri atas 2 komponen utama, diantaranya adalah :

1. Kelompok Pemerintah
 - a. Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Kota Malang
 - b. Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang
2. Kelompok Swasta
 - a. Pelaku usaha yang **telah** menerapkan program CSR berupa pengembangan RTH publik di Kota Malang

- b. Pelaku usaha yang **belum** menerapkan program CSR berupa pengembangan RTH publik di Kota Malang

Setelah diidentifikasi *stakeholder* yang memiliki kepentingan pada penelitian ini, maka selanjutnya disusun dalam tabel kepentingan dan pengaruhnya terhadap pengembangan RTH publik Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang proses analisisnya terdapat di dalam **Lampiran B**.

Untuk menentukan responden penelitian digunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan berbagai pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya dapat lebih representatif (Sugiyono, 2010).

Maka dari itu, berikut merupakan kriteria responden penelitian:

1. Kelompok Pemerintah

Adapun kriteria responden dari kelompok pemerintah meliputi:

- a. Laki-Laki atau Wanita
- b. Pendidikan terakhir minimal Diploma
- c. Usia 30-60 Tahun
- d. Telah bekerja di Barenlitbang Kota Malang/Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang minimal selama 5 tahun
- e. Merupakan perwakilan dari pemerintah yang dituju hasil dari analisis *stakeholder*
- f. Ikut berpartisipasi atau terlibat dalam perencanaan RTH publik yang dibangun melalui program CSR

2. Kelompok Swasta

Untuk menentukan perusahaan sebagai responden penelitian berikut kriteria penentuannya yang dapat dilihat pada **Tabel 3.3** dibawah ini.

**Tabel 3. 3 Kriteria Pemilihan Perusahaan Sebagai
Responden Penelitian**

Swasta yang telah memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang	Swasta yang belum memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang
(1)	(2)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan perusahaan besar yang berskala nasional atau multinasional. 2. Perusahaan dapat berasal dari BUMN atau Non-BUMN. 3. Telah memberikan bantuan CSR berupa pengembangan RTH publik di Kota Malang. 4. Dari hasil dilapangan, RTH publik tersebut memiliki nilai estetika (desain) yang menarik dan memiliki fasilitas penunjang yang cukup lengkap dibanding RTH publik lainnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan perusahaan besar yang berskala nasional atau multinasional. 2. Perusahaan dapat berasal dari BUMN atau Non-BUMN. 3. Belum pernah memberikan bantuan CSR berupa pengembangan RTH publik di Kota Malang. 4. Memiliki bidang program CSR berupa bidang lingkungan atau pelestarian alam.

Sumber : Penulis, 2017

Dengan kriteria responden penelitian dari kelompok swasta sebagai berikut :

- a. Laki-Laki atau Wanita
- b. Pendidikan terakhir minimal Diploma
- c. Usia 30-65 Tahun
- d. Merupakan perwakilan dari pihak swasta yang **telah/belum** memberi bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang
- e. Telah bekerja di perusahaan selama 5 tahun
- f. Mengetahui kebijakan mengenai pelaksanaan program CSR perusahaan

Maka didapatkan pihak-pihak yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Tabel 3. 4 Responden dalam Penelitian

No.	Komponen	Stakeholders	Kepentingan
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Pemerintah	Barenlitbang Kota Malang	Mengoptimalkan pemanfaatan ruang kota dengan menyusun kebijakan teknis perencanaan tata kota serta menyusun petunjuk pelaksanaan perencanaan dan pengendalian tata ruang kota
		Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang	Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, penyusunan program, pelaksanaan penyediaan, pemeliharaan, pengawasan dan pengendalian di bidang pertamanan.
2.	Swasta	Bank BRI Kanwil Malang	Perusahaan ini merupakan perusahaan BUMN yang telah memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang yaitu Alun-Alun Kota Malang.
		PT. Patra Jasa	Perusahaan ini merupakan anak perusahaan PT. Pertamina yang biasa melaksanakan program CSR PT. Pertamina dan belum pernah memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang.
		PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim	Perusahaan ini merupakan perusahaan BUMN yang memiliki usaha di Malang, namun belum pernah memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang. Perusahaan ini pernah memberikan bantuan CSR berupa Taman Bungkul di Surabaya.

Sumber : Hasil Analisis Stakeholder (Lampiran B), 2017

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik, yaitu :

3.5.1 Metode Pengumpulan Data Primer

Mayoritas data yang diperlukan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung (Observasi Lapangan) dan wawancara dengan menggunakan teknik *in-depth interview*. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran kondisi lingkungan dan perubahan-perubahan yang terjadi dengan melihat dan mendengar fakta-fakta yang ada tanpa harus mengambil sampel ataupun dengan mengambil sampel. Survei primer yang akan dilakukan dalam penelitian ini meliputi :

A. Observasi Lapangan

Observasi yang dimaksud dalam pengambilan data pada penelitian ini adalah observasi langsung ke lapangan dengan melihat kondisi ekisting wilayah studi. Observasi lapangan dilakukan melalui dokumentasi wilayah studi yaitu RTH publik di Kota Malang yang dikembangkan melalui program CSR. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui sekilas kondisi di lapangan sebelum melakukan wawancara ke *stakeholder*.

B. Wawancara *In Depth Interview*

Wawancara lisan berfungsi untuk mengeksplor lebih dalam terhadap teori-teori hasil dari tinjauan pustaka kepada narasumber. Wawancara yang dilakukan menggunakan teknik *in depth interview*. Wawancara dengan teknik *in depth interview* berguna untuk mendapatkan informasi-informasi yang lebih detail. Wawancara ini juga menggunakan kuesioner sebagai alat penunjang peneliti dalam memuat daftar pertanyaan. Kuesioner yang digunakan dalam kegiatan berupa tanya jawab semi terstruktur. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan untuk mengeksplorasi preferensi pemerintah dan pihak swasta akan kebutuhan pengembangan RTH publik, dimana indikator-

indikatornya bersifat abstrak atau tidak bisa sekaligus diamati oleh panca indera.

Tabel 3. 5 Metode Pengumpulan Data Primer

No.	Metode	Sasaran	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Observasi	Sasaran 1 : Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota	Melakukan pengamatan pada wilayah studi melalui dokumentasi, dengan objek pengamatan berupa kondisi eksisting RTH publik yang telah dibangun melalui program CSR
2.	Wawancara <i>In Depth Interview</i>	Sasaran 2 : Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik swasta melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak	Melakukan wawancara terkait dengan kebutuhan RTH publik berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta hasil analisis <i>stakeholder</i> sesuai dengan variabel penelitian.

Sumber : Penulis, 2017

3.5.2 Metode Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder merupakan dokumen data-data yang telah dibukukan yang digunakan untuk menunjang penelitian. Data sekunder diperoleh melalui :

a. Survey Instansional

Dalam pengembangannya, wilayah studi yang merupakan objek penelitian pada dasarnya terikat dengan peraturan-peraturan atau regulasi tertentu yang dapat diidentifikasi melalui survei instansional. Selain regulasi, penelitian ini juga memerlukan beberapa data sekunder yang dapat dijadikan sebagai *input* dari salah satu sasaran dalam penelitian yang

diperoleh dari dokumen perencanaan dan data inventarisasi yang telah diperoleh dari instansi atau lembaga pemerintah. Untuk lebih jelasnya terkait data yang dibutuhkan dalam survey instansional dapat dilihat pada **Tabel 3. 6** di bawah ini.

Tabel 3. 6 Pengumpulan Data Sekunder

No.	Data Sekunder	Instansi
(1)	(2)	(3)
1.	Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Malang Tahun 2010-2030	Barenlitbang Kota Malang
2.	Masterplan Ruang Terbuka Hijau (RTH) Kota Malang Tahun 2012-2032	Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang
3.	Buku Profil Taman Kota Malang 2015	
4.	Daftar program CSR berupa RTH publik di Kota Malang	

Sumber : Penulis, 2017

b. Survey Literatur

Studi literatur atau kepastakaan dilakukan dengan meninjau isi dari literatur yang bersangkutan dengan tujuan penelitian ini. Studi literatur ini meliputi dasar-dasar, teori-teori, dan konsep yang berasal dari buku, hasil penelitian, dokumen rencana tata ruang, tugas akhir, jurnal ilmiah serta artikel di internet dan media massa.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Bognan & Biklen dalam Moleong (2007), analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesakannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat dipahami dengan mudah oleh orang lain. Dalam menjawab tujuan penelitian diperlukan teknik analisis yang tepat untuk mengolah data dan informasi yang telah diperoleh. Dalam penelitian ini, untuk menjawab tujuan penelitian berupa

merumuskan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR diperlukan beberapa teknik analisis yang meliputi :

Tabel 3. 7 Teknik Analisis Data

No.	Sasaran	Tujuan	Input Data	Alat Analisis	Output
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang	Mengeksplorasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang	Variabel hasil sintesa tinjauan pustaka	<i>Stakeholder Analysis</i> dan <i>Content Analysis</i>	Kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang
2.	Mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta.	Mengeksplorasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta	Variabel hasil sintesa tinjauan pustaka dan variabel tambahan dari hasil Sasaran 1	<i>Content Analysis</i>	Kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta
3.	Menganalisis prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR	Merumuskan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi pemerintah hasil Sasaran 1 dan preferensi pihak swasta hasil Sasaran 2	Hasil sasaran 1 dan sasaran 2	Analisis Komparasi Data dan Analisis Deskriptif Kualitatif	Prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR

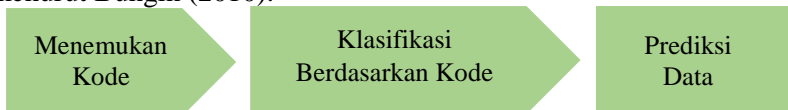
Sumber : Penulis, 2017

Berdasarkan penjelasan pada **Tabel 3.7** di atas, dapat dilihat bahwa tahapan teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisis masing-masing sasaran adalah sebagai berikut :

3.6.1 Mengidentifikasi Faktor-Faktor Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR Berdasarkan Preferensi Pemerintah Kota Malang

Analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang adalah teknik *content analysis*. Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeksplorasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang. Analisis ini dilakukan dengan cara mengolah hasil wawancara *in-depth interview* dengan Pemerintah Kota Malang.

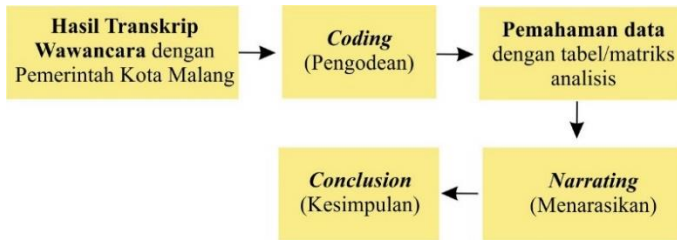
Content Analysis merupakan suatu teknik membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik-karakteristik pesan tertentu secara obyektif dan sistematis (Holsti, 1969). Teknik *content analysis* merupakan analisa yang mengandalkan kode-kode yang ditemukan dalam sebuah teks perekaman data selama wawancara dilakukan dengan subjek di lapangan. Menurut Bungin (2010), bahwa *content analysis* memiliki 3 syarat utama, yaitu : objektivitas, pendekatan sistematis dan generalisasi. Berikut alur *content analysis* menurut Bungin (2010).



Gambar 3. 1 Alur Proses Content Analysis

Sumber : Bungin (2010) diolah

Content analysis diawali dengan pemberian kode pada catatan transkrip wawancara yang telah dilakukan. Kode-kode tersebut merupakan kategori-kategori yang dikembangkan dari permasalahan penelitian, hipotesis, konsep-konsep kunci, atau tema-tema penting (Milles & Huberman, 1992). Berikut merupakan ilustrasi alur proses *content analysis* dalam menjawab sasaran 1 ini.



Gambar 3. 2 Ilustrasi Alur Proses *Content Analysis* Sasaran 1

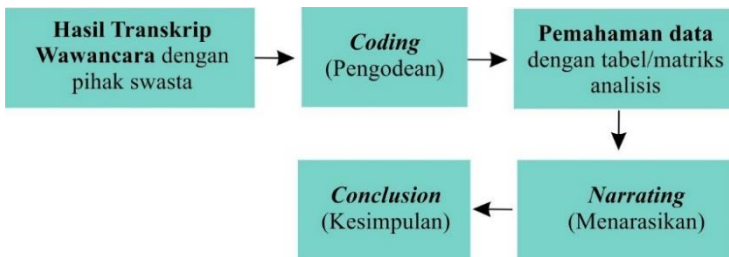
Sumber : Penulis, 2017

1. Tahapan yang pertama adalah mentranskrip hasil wawancara dengan Pemerintah Kota Malang. Proses ini merupakan upaya untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti yang mencakup atas teks, gambar, suara, dan data-data lain yang dapat diobservasi lebih lanjut.
2. Tahapan yang kedua adalah pengodean. Dalam pengodean, perlu dicermati terkait dengan pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan suatu makna dari tujuan, indikator, atau variabel dari penelitian. Pengodean akan dipilih berdasarkan karakteristik unit, menyesuaikan, kemudian diberi tanda pada setiap transkrip wawancara kemudian dimasukkan ke dalam tabel/matriks analisis.
3. Selanjutnya adalah tahap pemahaman data, yaitu dengan melihat kecenderungan pengaruh tiap unit analisis, agar dapat melihat kecenderungan berpengaruh tidaknya. Pemahaman data dilakukan dengan *conversation analysis* melihat frekuensi unit analisis yang mengindikasikan hal yang sama, sehingga dapat menjembatani dalam penarasian karakteristik unit. Pemahaman data ini dilakukan dengan cara memasukkan transkrip wawancara responden dari kelompok pemerintah yang mengindikasikan suatu variabel ke dalam suatu table/matriks analisis.
4. Selanjutnya adalah tahap penarasian, yaitu dengan menjelaskan deskripsi dari analisis. Pada tahap ini menjelaskan deskripsi pengaruh dari setiap variabel.

5. Yang terakhir, adalah tahap menyimpulkan (*conclusion*). Pada tahap ini dapat disimpulkan jawaban dari sasaran 1, yaitu kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang.

3.6.2 Mengidentifikasi Faktor-Faktor Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR Berdasarkan Preferensi Pihak Swasta

Analisis yang digunakan dalam mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi pihak swasta adalah teknik *content analysis*. Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengeksplorasi kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta. Analisis ini dilakukan dengan cara mengolah hasil wawancara *in-depth interview* dengan pihak swasta, baik yang telah menerapkan maupun yang belum menerapkan program CSR berupa pengembangan RTH publik di Kota Malang. Pada dasarnya tahapan analisis yang dilakukan sama dengan tahapan dalam menjawab sasaran 1. Berikut merupakan ilustrasi alur proses *content analysis* dalam menjawab sasaran 2 ini:



Gambar 3. 3 Ilustrasi Alur Proses *Content Analysis* Sasaran 2

Sumber : Penulis, 2017

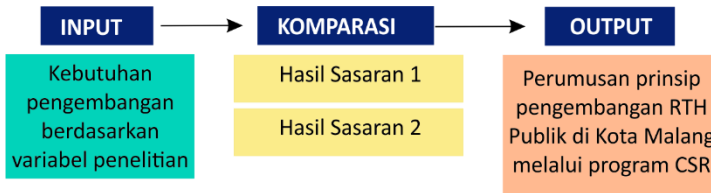
1. Tahapan yang pertama adalah adalah mentranskrip hasil wawancara dengan pihak swasta. Proses ini merupakan upaya untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti yang mencakup atas teks, gambar, suara, dan data-data lain yang dapat diobservasi lebih lanjut.

2. Tahapan yang kedua adalah pengodean. Dalam pengodean, perlu dicermati terkait dengan pernyataan-pernyataan yang merepresentasikan suatu makna dari tujuan, indikator, atau variabel dari penelitian. Pengodean akan dipilah berdasarkan karakteristik unit, menyesuaikan, kemudian diberi tanda pada setiap transkrip wawancara kemudian dimasukkan ke dalam tabel/matriks analisis.
3. Selanjutnya adalah tahap pemahaman data, yaitu dengan melihat kecenderungan pengaruh tiap unit analisis, agar dapat melihat kecenderungan berpengaruh tidaknya. Pemahaman data dilakukan dengan *conversation analysis* melihat frekuensi unit analisis yang mengindikasikan hal yang sama, sehingga dapat menjembatani dalam penarasian karakteristik unit. Pemahaman data ini dilakukan dengan cara memasukkan transkrip wawancara responden dari kelompok swasta yang mengindikasikan suatu variabel ke dalam suatu table/matriks analisis.
4. Selanjutnya adalah tahap penarasian, yaitu dengan menjelaskan deskripsi dari analisis. Pada tahap ini menjelaskan deskripsi pengaruh dari setiap variabel.
5. Yang terakhir, adalah tahap menyimpulkan (*conclusion*). Pada tahap ini dapat disimpulkan jawaban dari sasaran 2, yaitu kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR berdasarkan preferensi pihak swasta.

3.6.3 Menganalisis Prinsip Pengembangan RTH Publik Di Kota Malang Melalui Program CSR

Setelah didapatkan kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi antara Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta, maka selanjutnya yang dilakukan adalah analisis prinsip pengembangan RTH publik berdasarkan hasil kedua sasaran tersebut ke dalam satu tabel komparasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis komparasi data dan analisis deskriptif kualitatif. Analisis komparasi data dilakukan dengan mengkomparasikan antara preferensi Pemerintah Kota Malang dan preferensi pihak swasta.

Berikut ilustrasi alur proses analisis komparasi data dalam menjawab sasaran 3.



Gambar 3. 4 Ilustrasi Alur Proses Analisis Komparasi Data

Sumber : Penulis, 2017

Untuk menginterpretasikan hasil analisis komparasi data tersebut, digunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah serangkaian kajian yang tidak dapat dinyatakan dalam angka-angka dan rumus melainkan dengan kata-kata dan kalimat menurut data pengambilan kesimpulan (Sugiyono, 2006). Dalam menarik kesimpulan dari penelitian ini juga digunakan analisis deskriptif kualitatif. Penarikan kesimpulan didasarkan pada irisan kebutuhan antara kedua *stakeholder* tersebut.

3.7 Tahapan Penelitian

Secara umum tahapan penelitian dilakukan dalam lima tahap, diantaranya adalah :

1. Perumusan Masalah

Tahap awal dalam sebuah penelitian adalah perumusan masalah. Tahap ini meliputi identifikasi permasalahan yang muncul di wilayah penelitian, yaitu proporsi RTH publik di Kota Malang belum memenuhi 20%, dalam pemenuhan proporsi tersebut, Pemerintah Kota Malang memiliki kendala keterbatasan dana APBD. Sedangkan pada implementasinya, RTH publik tersebut masih terpusat pada pusat kota. Selain itu terdapat kurang keterpaduan antara pemerintah dari lembaga eksekutif dan lembaga legislatif dalam merencanakan program CSR, sehingga pihak swasta yang terkena dampaknya.

2. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini terkait dengan pengembangan RTH publik melalui program CSR memuat

teori-teori terkait pengembangan RTH publik serta terkait konsep CSR, sehingga didapatkan rumusan variabel-variabel penelitian yang dijadikan sebagai dasar dalam melakukan analisis.

3. Pengumpulan Data

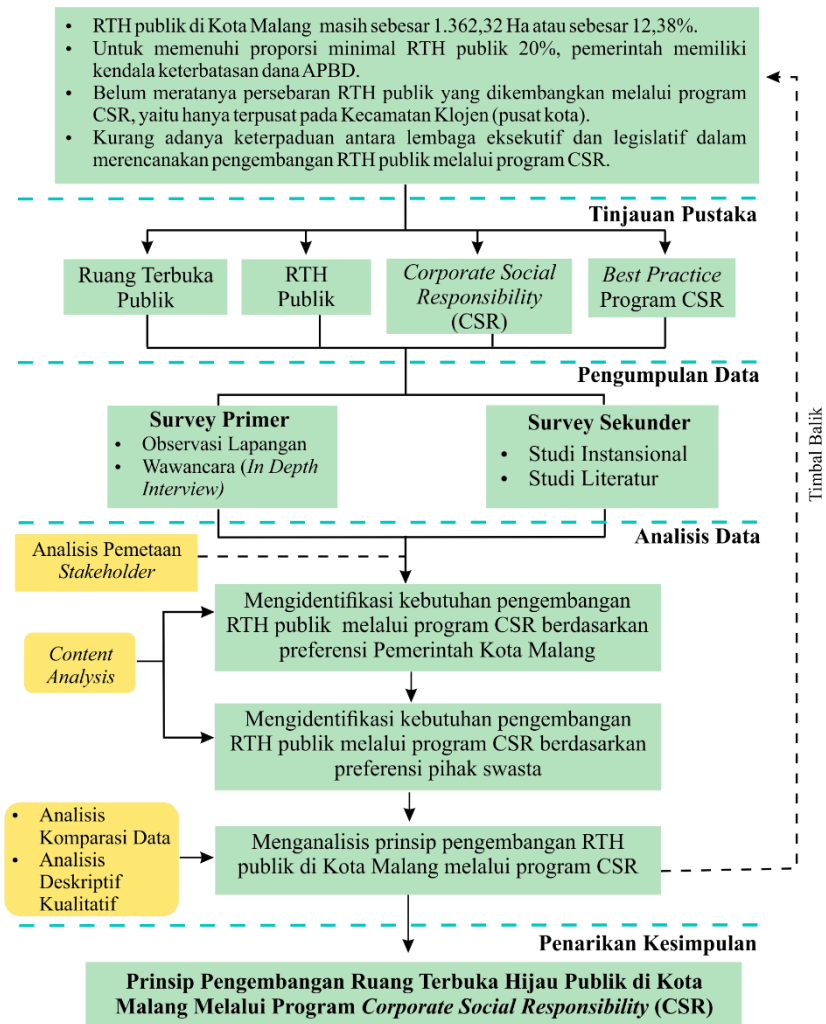
Pengumpulan data dalam penelitian ini didasarkan pada jenis data yang dibutuhkan. Untuk jenis data primer didapatkan melalui metode wawancara *in depth interview* dan observasi lapangan. Sedangkan untuk jenis data sekunder menggunakan metode survey instansional dan studi literatur.

4. Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada sasaran-sasaran dalam penelitian yang diharapkan dapat menjawab tujuan dari penelitian. Setiap sasaran penelitian menggunakan alat analisis yang berbeda. Analisis yang digunakan diantaranya meliputi analisis *stakeholder*, *content analysis*, analisis komparasi data, dan analisis deskriptif kualitatif.

5. Penarikan Kesimpulan dan Hasil Akhir

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan untuk menentukan jawaban atas rumusan permasalahan yang didasarkan atas hasil-hasil analisis yang telah dilakukan serta menjadi pedoman dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).



Gambar 3. 5 Kerangka Tahapan Penelitian

Sumber : Penulis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian

4.1.1 Orientasi Wilayah Penelitian

Kota Malang merupakan salah satu kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, dimana Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Kota Surabaya. Kota ini berada di dataran tinggi yang cukup sejuk. Kota ini terletak pada ketinggian antara 440-667m dpl, serta dikelilingi gunung-gunung diantaranya adalah Gunung Arjuno di sebelah Utara, Gunung Tengger di sebelah Timur, Gunung Kawi di sebelah Barat, dan Gunung Kelud di sebelah Selatan. Selain itu, kota ini juga terletak pada posisi 112,06°-112,07° Bujur Timur dan 7,06°-8,02° Lintang Selatan dengan batas administrasi sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kec. Singosari dan Kec. Karangploso Kab. Malang

Sebelah Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji Kab. Malang

Sebelah Timur : Kec. Pakis dan Kec. Tumpang Kab. Malang

Sebelah Barat : Kec. Wagir dan Kec. Dau Kab. Malang

Kota Malang memiliki luas wilayah sebesar 11.005,66 Ha yang terbagi atas 5 kecamatan, yaitu Kecamatan Lowokwaru dengan luas 2.260 Ha, Kecamatan Sukun dengan luas 2.097 Ha, Kecamatan Klojen dengan luas 883 Ha, Kecamatan Blimbing dengan luas 1.777 Ha, dan Kecamatan Kedungkandang dengan luas 3.989 Ha.

4.1.2 Penggunaan Lahan

Sesuai dengan RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030, kondisi penggunaan lahan di Kota Malang pada umumnya didominasi oleh kawasan terbangun yang terdiri dari perumahan dan fasilitas umum. Bahkan perumahan memiliki luasan yang relatif mendominasi dibandingkan dengan komponen tata guna lahan lainnya. Pada umumnya kawasan perumahan tersebar di pusat kota yang meliputi Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing, dan sebelah timur Kecamatan Sukun. Sedangkan untuk kawasan persawahan dan tegalan

masih terdapat dipinggir kota yaitu di Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Lowokwaru, dan sebelah barat Kecamatan Sukun.

Secara umum pola tata guna lahan di Kota Malang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Sebagai pusat kegiatan dan orientasi umum Kota Malang dalam hal ini merupakan pusat kota, berada pada kawasan Alun-Alun dan sekitarnya. Aktivitas utama berupa kegiatan komersil dan pelayanan umum.
2. Sub pusat pelayanan tersebar cukup merata untuk mengurangi pergerakan kota yang memusat di pusat kota. Beberapa sub pelayanan yang berkembang diantaranya Kawasan Blimbing, Gadang, Klojen, Kebalen, dan Dinoyo.
3. Bagian lainnya yang cukup berkembang pesat adalah perkembangan kawasan terbangun ke arah barat sampai melebihi batas kota, terutama ke arah Kecamatan Dau dan Kecamatan Wagir (Kabupaten Malang).

Persentase penggunaan lahan terbangun di Kota Malang adalah 57% dari seluruh luas wilayah, sedangkan persentase lahan tak terbangun adalah 43% (RPJMD Kota Malang Tahun 2013-2018). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel 4.1** yang menunjukkan luas penggunaan lahan di Kota Malang pada tahun 2013.

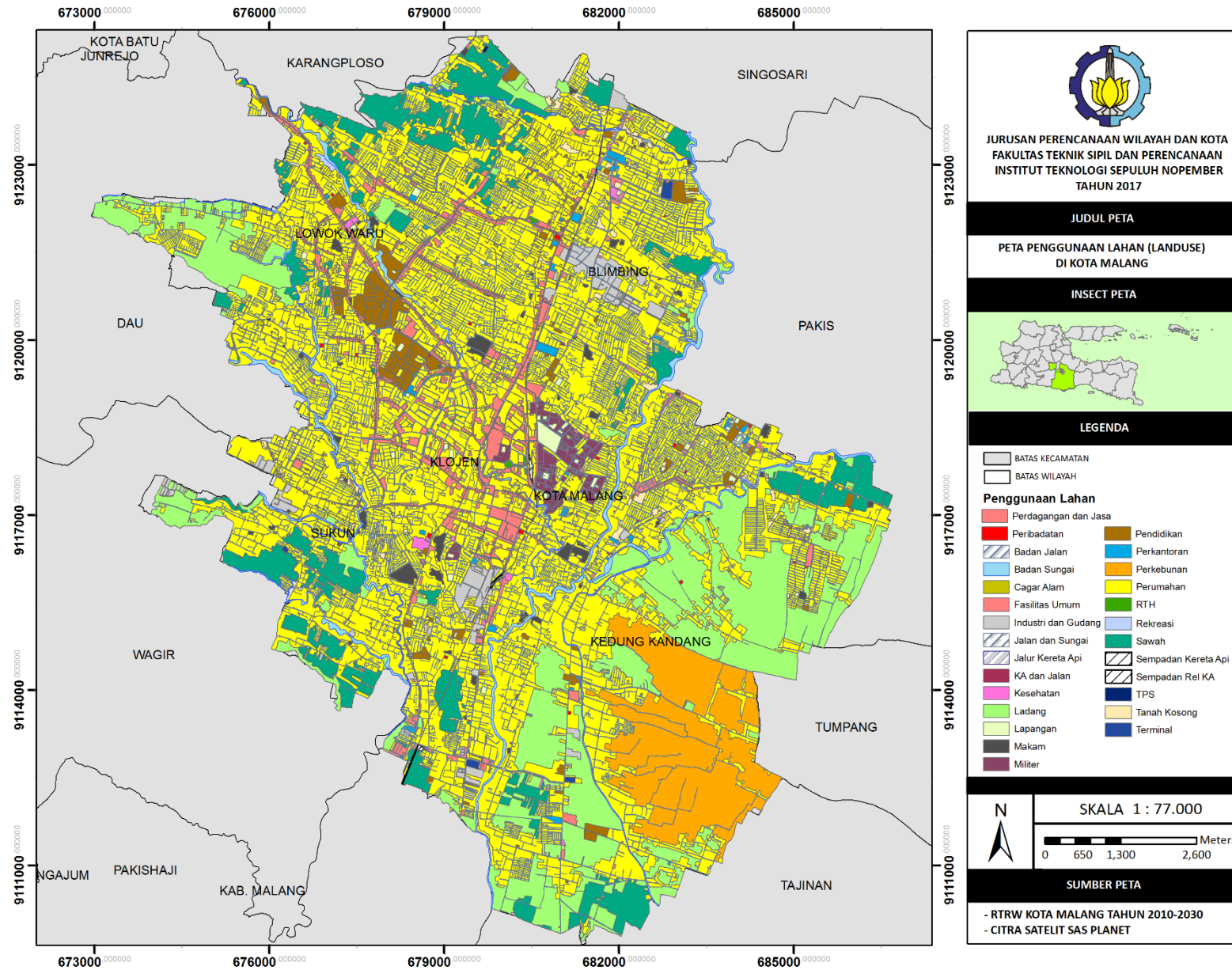
Tabel 4. 1 Luas Penggunaan Lahan di Kota Malang Tahun 2013

No.	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Kebun Campur	0,28	0
2.	Tanah Kosong	500,59	5
3.	Kampung Teratur	3.966,66	36
4.	Kampung Tidak Teratur	30,64	0
5.	Perumahan	561,14	5
6.	Lapangan Olahraga	65,7	1
7.	Taman/Hutan Kota	18,67	0
8.	Kuburan	103,96	1
9.	Jasa Perdagangan	118,95	1
10.	Jasa Lainnya	1.335,09	12
11.	Industri Non Pertanian	150,52	1
12.	Sawah Irigasi	1.497,96	14
13.	Tegalan	2.654,17	24
14.	Kolam Air Tawar	1,32	0
Total		11.005,65	100

Sumber : RPJMD Kota Malang Tahun 2013-2018

Berdasarkan **Tabel 4.1**, dapat dilihat bahwa persentase tertinggi pada penggunaan lahan berupa kampung teratur, yaitu sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa padatnya penduduk di Kota Malang berdampak pada meningkatnya keberadaan kampung-kampung teratur yang dijadikan tempat tinggal yang memberikan dampak pada berkurangnya lahan untuk ruang terbuka hijau di Kota Malang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 4.1** yang menunjukkan peta penggunaan lahan di Kota Malang.

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”



Gambar 4. 1 Peta Penggunaan Lahan di Kota Malang
Sumber : RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

4.1.3 Kondisi Eksisting RTH Publik di Kota Malang

Ruang Terbuka Hijau di perkotaan terdiri atas RTH privat dan RTH publik. RTH publik adalah RTH yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah kota/kabupaten yang digunakan untuk kepentingan masyarakat umum. Kedua jenis RTH tersebut memiliki fungsi utama sebagai fungsi ekologis, serta beberapa fungsi tambahan seperti fungsi sosial dan budaya, ekonomi, dan estetika/arsitektural. Khusus untuk RTH dengan fungsi sosial seperti tempat istirahat, sarana olahraga dan atau area bermain (*play ground*), maka RTH ini harus memiliki aksesibilitas yang baik untuk semua orang, termasuk aksesibilitas bagi penyandang cacat.

RTH publik yang terdapat di Kota Malang memiliki luas total 1.362,32 Ha yang terdiri atas Hutan Kota, Taman, Lapangan, Makam, Sempadan SUTT, Sempadan Sungai, Sempadan Rel Kereta Api serta Jalur Hijau Jalan seperti median jalan dan boulevard jalan. Adapun luasan eksisting masing-masing jenis dalam RTH publik di Kota Malang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

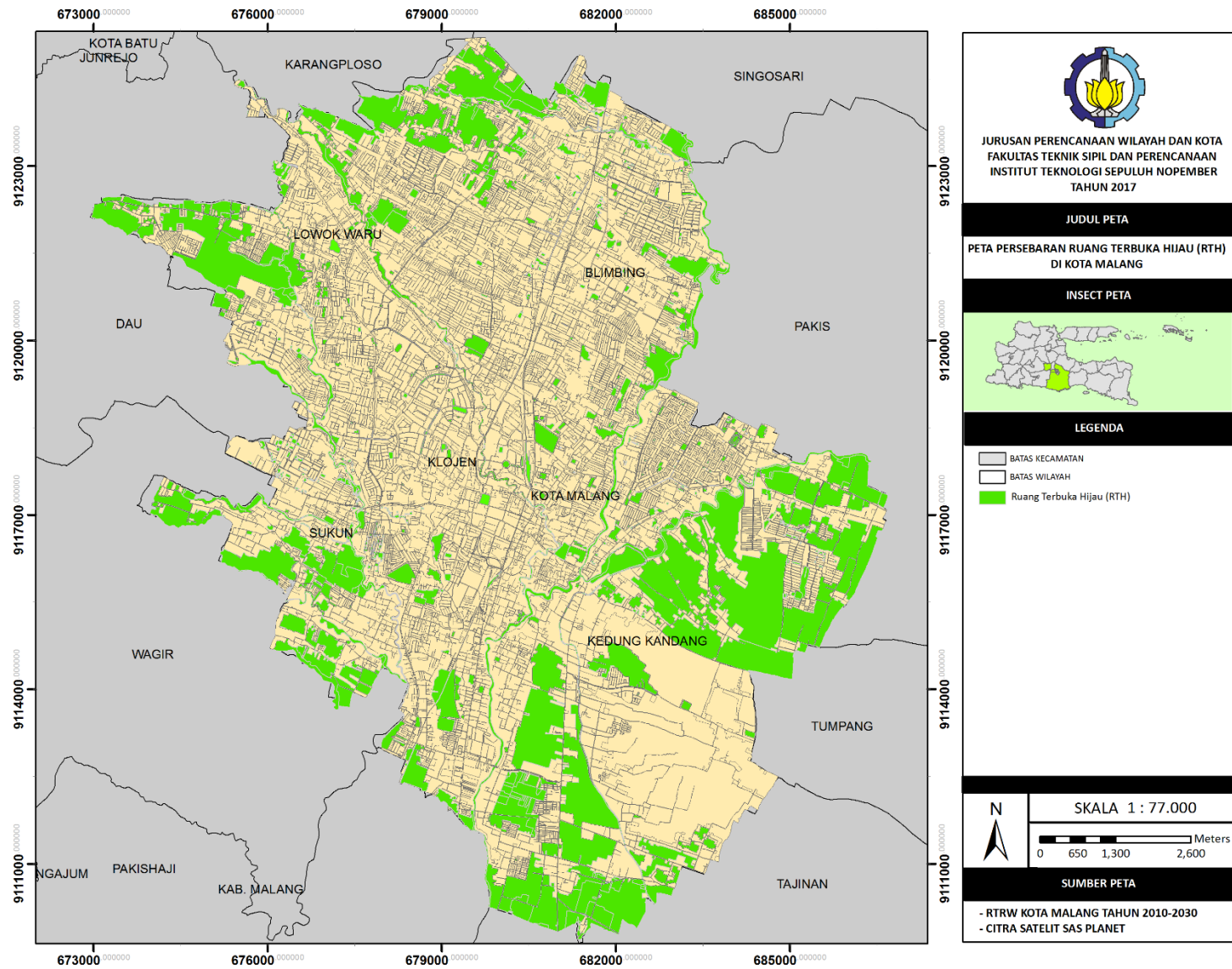
Tabel 4. 2 Luas Eksisting RTH Publik di Kota Malang

No.	Jenis RTH Publik	Luas (Ha)	Prosentase
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Hutan Kota	7,51	0,07%
2.	Taman	34,62	0,31%
3.	Lapangan	59,19	0,54%
4.	Makam	47,74	0,43%
5.	Jalur Hijau	42,72	0,39%
6.	Sempadan SUTT	25,00	0,23%
7.	Sempadan Sungai	1.102,43	10,02%
8.	Sempadan Rel Kereta Api	43,11	0,39%
Jumlah		1.362,32	12,38%

Sumber : Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, 2016 dan Masterplan RTH Kota Malang Tahun 2012-2032

Berdasarkan **Tabel 4.2** di atas, terlihat bahwa jumlah luasan RTH publik di Kota Malang banyak di dominasi oleh RTH berupa Sempadan Sungai yang saat ini kondisi eksistingnya berupa hamparan lahan terbuka atau lahan kosong berisi semak belukar. Selain itu,

terlihat juga bahwa luasan total RTH publik di Kota Malang hanya sebesar 1.362,32 Ha atau sebesar 12,38% yang masih jauh dari angka proporsi minimal RTH publik yaitu 20% dari luas wilayah Kota Malang. Untuk mendeskripsikan karakteristik ruang terbuka hijau tersebut, dilakukan observasi lapangan di wilayah penelitian. Maka untuk lebih jelasnya, persebaran RTH publik di Kota Malang dapat dilihat pada **Gambar 4.2** yang menunjukkan peta persebaran RTH publik di Kota Malang.



Gambar 4. 2 Peta Persebaran RTH Publik di Kota Malang
Sumber : RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

4.1.4 Karakteristik RTH Publik di Kota Malang yang Dibangun Melalui Program CSR

Di Kota Malang sendiri, saat ini sedang mengembangkan beberapa RTH publik melalui program CSR dari pihak swasta. Selain untuk memenuhi proporsi minimal 20% RTH publik, banyaknya pengembangan RTH publik ini juga sebagai bentuk mewujudkan Kota Malang sebagai Kota Layak Huni. Untuk lebih jelasnya berikut merupakan daftar RTH publik yang telah dikembangkan melalui program CSR dari pihak swasta yang terdapat pada table di bawah ini.

Tabel 4. 3 RTH Publik di Kota Malang yang Dikembangkan Melalui Program CSR

No.	Tahun	Pemberi	RTH Publik
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	2011	Bank Jatim	Taman Kendedes
2.	2013	Bank BRI	Sayembara Desain Alun-Alun Merdeka Kota Malang
3.	2014	PT. Bentoel Prima	Taman Cerdas Trunojoyo
4.	2014	PT. Beiersdorf Indonesia (Nivea Care For Family)	Merbabu Family Park
5.	2014	Permata Jingga	Taman Bundaran Pesawat Jl. Soekarno-Hatta
6.	2014	Bank BRI	Pembangunan Alun-Alun Merdeka Kota Malang
7.	2015	PT. Alam Lestari Unggul (Nikko Steel)	Outdoor Gym Taman Singha Merjosari
8.	2015	PT. Alam Lestari Unggul (Nikko Steel)	Playground Rumah Pohon dan Ayunan di Alun-Alun Merdeka Kota Malang
9.	2015	PT. Amerta Indah Otsuka	Revitalisasi Hutan Kota Malabar
10.	2015	PT. Bentoel Prima	Taman Kunang-Kunang
11.	2016	PT. Bentoel Prima	Revitalisasi Taman Slamet
12.	2016	PT. Alam Lestari Unggul (Nikko Steel)	Sky Bike Taman Singha Merjosari

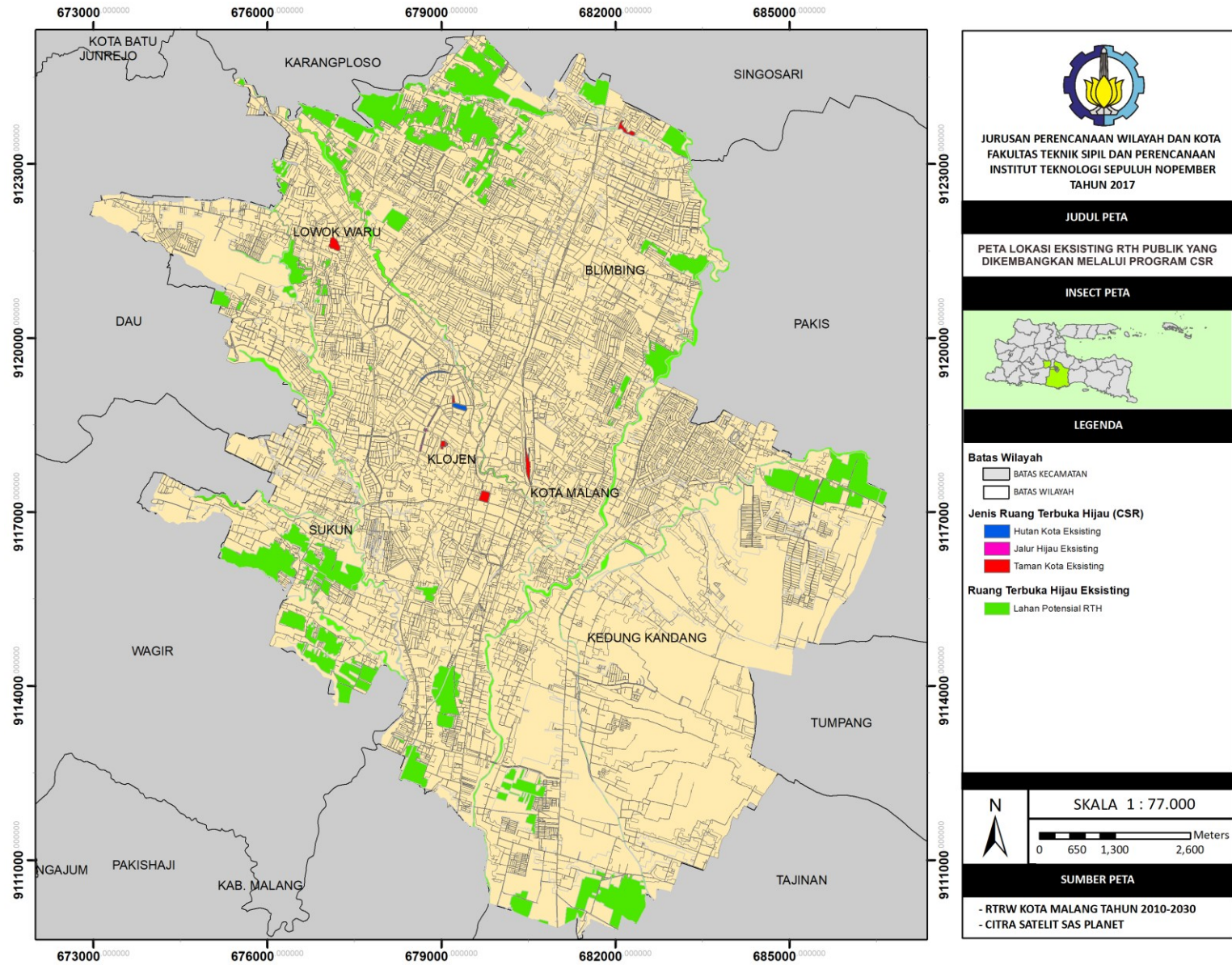
No.	Tahun	Pemberi	RTH Publik
(1)	(2)	(3)	(4)
13.	2016	Henry Soetio	Penataan Kawasan Pedestrian Jalan Ijen
14.	2016	PT. Aneka Cipta Mulia Indah	Penataan Jalur Hijau Jl. Raya Sawojajar
15.	2017	PT. Bentoel Prima	Renovasi Taman dan Pedestrian Dieng
16.	2017	Yayasan Perguruan Tinggi Merdeka	Revitalisasi Taman Kota Jalan Terusan Raya Dieng Malang

Sumber : Database Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.3** di atas, dapat dilihat bahwa total program CSR berupa RTH publik berjumlah 16 program. Dimana program ini diawali pada tahun 2011 oleh Bank Jatim berupa Taman Kendedes. Untuk bantuan CSR berupa penataan jalur hijau di Jalan Raya Sawojajar dan revitalisasi taman kota di Jalan Terusan Raya Dieng masih dalam proses pembangunan. PT. Bentoel Prima merupakan perusahaan yang paling banyak memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang, yaitu terdapat 4 RTH antara lain Taman Cerdas Trunojoyo, Taman Kunang-Kunang, Taman Slamet, dan renovasi jalur hijau di Jalan Dieng menjadi Taman dan Pedestrian Dieng.

Selain itu, juga dapat dilihat bahwa 2 tahun terakhir ini dimulai dari tahun 2016, Pemerintah Kota Malang mulai melakukan penataan pada beberapa pedestrian. Penataan pedestrian ini merupakan salah satu program dari Pemerintah Kota Malang untuk mengembangkan budaya sehat jalan kaki serta sebagai bentuk mewujudkan Kota Malang sebagai Kota Layak Huni dan Kota Sehat. Pemerintah Kota Malang masih terus melakukan program pengembangan RTH publik, terutama pada daerah-daerah pinggir kota agar pemerataan RTH publik itu tercapai.

Untuk dapat mengetahui lokasi RTH publik eksisiting yang telah dikembangkan melalui program CSR dan lokasi potensial yang dapat dikembangkan melalui program CSR, dapat dilihat pada **Gambar 4.3**.



Gambar 4. 3 Peta Lokasi Eksisting RTH Publik yang Dikembangkan Melalui Program CSR
Sumber : Database Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

Untuk lebih jelasnya, berikut merupakan karakteristik dari masing-masing RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR.

4.1.4.1 Taman Kendedes

Taman Kendedes merupakan taman yang menjadi pintu gerbang Kota Malang yang terletak di Kelurahan Balearjosari. Apabila memasuki Kota Malang dari arah Singosari, pasti kita akan memasuki Kota Malang dengan disambut oleh adanya Taman Kendedes. Dulunya taman ini seperti tidak terawat, namun setelah adanya bantuan CSR dari Bank Jatim taman ini direvitalisasi sehingga tampilannya lebih menarik seperti sekarang ini. Patung Kendedesnya yang merupakan ikon yang menggambarkan Kota Malang dicat kembali dengan warna putih yang sangat kontras dengan sekitarnya yang didominasi hijau. Tanaman-tanamannya pun juga ditata kembali sehingga terlihat lebih indah dan bersih seperti sekarang.



Gambar 4. 4 Taman Kendedes

Sumber : Survey Primer, 2017

Tabel 4. 4 Karakteristik Taman Kendedes

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	5.147
2.	Waktu Peresmian	2011
3.	Pemberi CSR	Bank Jatim
4.	Kondisi Vegetasi	Ditanami tanaman-tanaman hias yang tertata dengan baik didalamnya sehingga terlihat rapi dan bersih
5.	Fasilitas Penunjang	Hanya terdapat sirkulasi untuk pejalan kaki dan tidak ada fasilitas lainnya

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.4** di atas, dapat dilihat bahwa di dalam Taman Kendedes merupakan bantuan CSR dari Bank Jatim. Taman ini didominasi area hijau yang tertata dengan rapi serta terdapat jalur untuk pejalan kaki, sehingga dapat disimpulkan bahwa Taman Kendedes ini merupakan taman pasif. Dikatakan taman pasif karena minimnya fasilitas di dalamnya seperti tidak adanya kursi taman dan minimnya pengunjung karena memang Taman Kendedes ini dijadikan sebagai *landmark* Kota Malang yang akan menyambut masyarakat luar kota yang memasuki kawasan Kota Malang.

4.1.4.2 Taman Cerdas Trunojoyo

Taman ini terletak di Kelurahan Klojen, Kecamatan Klojen, tepatnya di depan Stasiun Kota Baru Malang. Dinamakan taman cerdas karena mencerminkan Kota Malang sebagai Kota Pendidikan. Berikut merupakan gambar denah dari Taman Cerdas Trunojoyo yang terletak pada **Gambar 4.5**.



Gambar 4. 5 Desain Taman A dan Taman B Taman Cerdas Trunojoyo

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa taman ini terbagi atas 2 bagian, dimana yang Taman A terletak di sisi Utara Stasiun Kota Baru Malang dan Taman B terletak di sisi Selatan Stasiun Kota Baru Malang. Denah ini dapat kita temukan disebelah kanan dari pintu masuk taman. Sehingga kita bisa mengetahui apa saja fasilitas yang berada di dalam taman ini. Taman ini banyak dikunjungi oleh para keluarga terutama yang memiliki anak karena di sini banyak terdapat mainan anak dan air mancur yang biasanya dibuat mainan juga sama anak-anak. Selain itu, taman ini juga banyak dikunjungi para remaja karena letaknya dekat dengan SMA Kompleks (SMA 1 Malang, SMA 3 Malang, dan SMA 4 Malang) serta dekat dengan Lembaga Bimbingan Belajar (Sony Sugema College, Ganesha Operation, dan Neutron).

Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik dari taman ini dapat dilihat pada **Tabel 4.5** yang menunjukkan karakteristik dari Taman Cerdas Trunojoyo.

Tabel 4. 5 Karakteristik Taman Cerdas Trunojoyo

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	5.840
2.	Waktu Peresmian	1 April 2014
3.	Pemberi CSR	PT. Bentoel Prima
4.	Kondisi Vegetasi	Terdapat Pohon Trembesi dan ditunjang dengan adanya vegetasi berupa rumput gajah dan tanaman hias dalam kondisi baik.
5.	Fasilitas Penunjang	Terdapat sarana lain berupa toilet, tempat bermain anak, ruang perpustakaan, tempat parkir sepeda, air mancur, <i>outdoor gym</i> dan area parkir kendaraan. Selain itu, terdapat sentra kuliner yang terletak di pinggir luar Taman B.
6.	Pengunjung	Keluarga dan para remaja
7.	Tematik	Taman Cerdas, sehingga dilengkapi dengan fasilitas ruang perpustakaan yang dapat digunakan masyarakat untuk sekedar bersantai sambil membaca buku.

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa Taman Cerdas Trunojoyo merupakan bantuan CSR dari PT. Bentoel Prima pada tahun 2014. Selain itu, taman ini dilengkapi dengan fasilitas bermain yang saat ini kondisinya masih tergolong baik serta ditunjang dengan kondisi vegetasi yang baik sehingga memberikan kesan yang rindang dan sejuk pada taman.



(a)



(b)

Gambar 4. 6 Fasilitas penunjang di dalam Taman Cerdas Trunojoyo

Sumber : Survey Primer, 2017

Secara umum isi taman di Taman A dan Taman B hampir sama, namun yang membedakan antara Taman A dan Taman B adalah di Taman A dilengkapi dengan pohon Trembesi besar yang membuat suasana taman menjadi sejuk dan rindang, ruang perpustakaan yang menyediakan beberapa koleksi buku dan arena bermain berupa air mancur. Sedangkan di Taman B letaknya dekat dengan sentra Pedagang Kaki Lima (PKL) yang terletak memanjang di sisi Utara Taman B. Karena kebijakan pemerintah kota yang tidak mengizinkan adanya PKL di dalam taman, maka sentra kuliner tersebut diletakkan luar taman, tepatnya disekeliling Taman B dan tertata dengan rapi.

4.1.4.3 Merbabu Family Park

Taman Merbabu atau *Merbabu Family Park* terletak di Kelurahan Oro-Oro Dowo, Kecamatan Klojen. Seperti namanya *Merbabu Family Park*, taman ini terletak di Jalan Merbabu tepat disebelang Hutan Kota Malabar. Dulunya, taman ini hanya berisi pohon-pohon dan rumput liar yang tak terawat. Namun setelah mendapat bantuan CSR taman ini menjadi sangat bagus dan menarik untuk dikunjungi. Untuk lebih jelasnya mengenai

karakteristik *Merbabu Family Park*, dapat dilihat pada **Tabel 4.6** di bawah ini.

Tabel 4. 6 Karakteristik Merbabu Family Park

No. (1)	Karakteristik (2)	Keterangan (3)
1.	Luas (m ²)	4.181 m ²
2.	Waktu Peresmian	14 Juni 2014
3.	Pemberi CSR	PT. Beiersdorf Indonesia
4.	Kondisi Vegetasi	Kondisi penghijauan masih kurang dan minim perawatan. Jenis tanaman antara lain seperti Rumput Gajah dan tanaman hias lainnya.
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat sirkulasi pejalan kaki dan <i>jogging</i>, serta sirkulasi untuk disabilitas ▪ Fasilitas olahraga seperti <i>outdoor gym</i> namun kondisi kurang baik dan tidak terawat dan lapangan futsal ▪ Fasilitas sosial budaya berupa area bermain anak yang kondisinya juga kurang terawat, tempat duduk yang tersebar ▪ Terdapat area refleksi berupa batuan yang dapat digunakan untuk para orang tua (lansia) untuk terapi ▪ Terdapat toilet, lampu taman, tempat sampah, area parkir
6.	Pengunjung	▪ Para keluarga dan remaja
7.	Tematik	Taman ini mengangkat tema keluarga seperti namanya Merbabu Family Park sehingga banyak disediakan fasilitas penunjang untuk keluarga seperti area bermain anak, <i>jogging track</i> dan lain sebagainya.

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.6** di atas, dapat dilihat bahwa *Merbabu Family Park* merupakan taman yang dikembangkan melalui program CSR dari PT. Beiersdorf Indonesia (produsen Nivea dan Hansaplast) pada tahun 2014. Dengan banyaknya tulisan NIVEA Cares for Family, taman ini dilengkapi dengan fasilitas

untuk seluruh keluarga mulai dari anak-anak hingga lansia, seperti lapangan mini futsal, *jogging track*, area refleksi, *outdoor gym*, dan area bermain anak. Fasilitas-fasilitas tersebut didominasi dengan warna biru dan putih yang menunjukkan identitas perusahaan pemberi CSR.



Gambar 4. 7 Fasilitas Persampahan yang Berwarna Biru-Putih Sesuai Identitas Perusahaan

Sumber : Survey Primer, 2017



(a)



(b)

Gambar 4. 8 (a) *Jogging Track* dan (b) Area Refleksi pada *Merbabu Park Family*

Sumber : Survey Primer, 2017

Namun saat ini, kondisi dari beberapa alat olahraga yang terdapat di taman ini memiliki kondisi yang kurang baik. Dimana cat sudah mulai memudar, berkarat, dan beberapa alat sudah rusak.



Gambar 4. 9 Beberapa Alat Olahraga yang Catnya Sudah Memudar dan Rusak

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.4 Taman Bundaran Pesawat Jl. Soekarno-Hatta

Taman Bundaran Pesawat atau yang biasa dikenal dengan Taman Pesawat ini juga merupakan salah satu bentuk CSR. Taman yang terletak di Jalan Soekarno-Hatta ini merupakan bantuan CSR dari PT. Buana Karya Adi Mandiri-Permata Jingga pada tahun 2014. Taman ini juga merupakan pintu gerbang masuk menuju Perumahan Permata Jingga.



Gambar 4. 10 Taman Bundaran Pesawat yang terletak di Jalan Soekarno-Hatta Malang

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.5 Alun-Alun Merdeka Kota Malang

Alun-alun Merdeka Kota Malang merupakan salah satu identitas Kota Malang dan memiliki nilai sejarah yang penting. Alun-alun ini terletak di Kelurahan Kidul Dalem, Kecamatan Klojen. Alun-Alun ini berbentuk segi 4 yang dikelilingi oleh Sarinah Mall dan Gedung Bank Indonesia, Ramayana Mall, Kantor Pos dan Masjid Agung Jami'. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik dari Alun-Alun ini, dapat dilihat pada **Tabel 4.7**.

Tabel 4. 7 Karakteristik Alun-Alun Merdeka Kota Malang

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	23.970 m ²
2.	Waktu Peresmian	17 Juni 2015
3.	Pemberi CSR	Bank BRI (Pembangunan serta fasilitas di dalamnya) PT. Alam Lestari Unggul (Area bermain anak dan <i>outdoor gym</i>)
4.	Kondisi Vegetasi	Kondisi penghijauan sangat baik dan terawat. Jenis tanaman nya terdiri pohon beringin, rumput gajah, serta tanaman hias.
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat sirkulasi untuk pejalan kaki namun tidak terdapat fasilitas bagi disabilitas ▪ Terdapat fasilitas sosial budaya berupa bangku taman baik yang terbuat dari kayu maupun dari beton serta bangku berbentuk tribun yang berada di sekeliling air mancur. Selain itu dilengkapi pula dengan ruang ibu menyusui, area bermain anak serta beberapa <i>outdoor gym</i>. ▪ Terdapat fasilitas kebersihan berupa toilet dan tempat sampah yang sudah terpisah. ▪ Terdapat fasilitas keamanan berupa banyaknya satpol PP yang berada di area Alun-Alun.
6.	Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Didominasi keluarga
7.	Tematik	Memiliki tema Alun-Alun dengan arti lapangan padang rumput dan biasanya ditandai dengan adanya pohon beringin.

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa Alun-Alun merupakan RTH yang dibangun melalui bantuan CSR Bank BRI pada tahun 2015. Selain Bank BRI, Alun-Alun juga mendapat bantuan CSR berupa fasilitas bermain anak dan *outdoor gym* dari PT. Alam Lestari Unggul. Revitalisasi Alun-Alun ini dilakukan dengan cara menambah beberapa sarana dan fasilitas pendukung serta perbaikan fasilitas yang telah rusak. Perubahan yang dilakukan pada Alun-Alun ini diantaranya adalah saat ini dilengkapi fasilitas penunjang seperti air mancur menari, ruang menyusui, ruang bermain anak, *open theater*, pos keamanan, tempat parkir sepeda dan ada juga area *track skateboard*.



Gambar 4. 11 (a) Lokasi Air Mancur Menari dan (b) Open Theater pada Alun-Alun Merdeka Kota Malang

Sumber : Survey Primer, 2017

Mayoritas fasilitas-fasilitas di dalam Alun-Alun seperti tempat duduk taman, lampu taman, tempat parkir sepeda memiliki warna biru dan orange yang menunjukkan identitas dari pihak pemberi CSR yaitu Bank BRI. Untuk dari segi desain tata letak dalam Alun-Alun ini mayoritas masih sama seperti dulu sebelum dilakukan revitalisasi termasuk adanya Pohon Beringin yang ada di Alun-Alun yang sudah ada dari dulu.



Gambar 4. 12 Fasilitas Penunjang pada Alun-Alun yang Identik dengan Warna Biru-Orange

Sumber : Survey Primer, 2017

Selain itu, saat ini Alun-Alun ini juga dilengkapi dengan tulisan Alun Alun Malang yang berada di ujung Utara Alun-Alun yang menjadi *landmark* serta di sebelah Barat Alun-Alun, tepatnya di depan Masjid Jami' juga dilengkapi garis shaf bagi umat muslim yang tidak kebagian tempat di dalam masjid saat menjalankan ibadah sholat.



Gambar 4. 13 (a) Landmark Alun-Alun Merdeka Kota Malang dan (b) Shaf Sholat

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.6 Taman Singha Merjosari

Taman Singha Merjosari terletak di Jalan Mertojoyo Selatan tepatnya di depan Pasar Dinoyo Baru, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru. Taman ini telah menorehkan

prestasi sebagai taman kota dengan desain terbaik se-Indonesia. Untuk lebih jelasnya, mengenai karakteristik dari Taman Singha Merjosari dapat dilihat pada **Tabel 4.8** di bawah ini.

Tabel 4. 8 Karakteristik Taman Singha Merjosari

No. (1)	Karakteristik (2)	Keterangan (3)
1.	Luas (m ²)	10.766 m ²
2.	Waktu Peresmian	Februari 2013
3.	Pemberi CSR	PT. Alam Lestari Unggul
4.	Kondisi Vegetasi	Kondisi penghijauan baik dan terawat. Namun masih banyak spot yang banya rumput liarnya.
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat sirkulasi untuk pejalan kaki namun belum ada fasilitas bagi disabilitas ▪ Fasilitas sosial budaya, terdapat bangku taman serta beberapa gazebo yang dapat digunakan untuk berkumpul atau mengerjakan tugas bagi mahasiswa. Selain itu terdapat area bermain anak namun kondisinya seperti kurang terawatt dan area olahraga yang terdapat di dalam Taman Bugar Merjosari. ▪ Fasilitas kebersihan berupa toilet dan tempat sampah. ▪ Terdapat area parkir kendaraan.
6.	Pengunjung	Didominasi oleh mahasiswa

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.8** di atas, dapat dilihat bahwa revitalisasi Taman Merjosari dilaksanakan melalui program CSR dari PT. Alam Lestari Unggul yang merupakan produsen baja Nikko Steel. Taman Singha Merjosari merupakan PT. Alam Lestari Unggul ini lebih memberikan fasilitas penunjang di dalam taman saja seperti *playground* anak, *outdoor gym* yang terletak di Taman Bugar Merjosari pada tahun 2015, dan *Sky Bike* pada tahun 2016.



Gambar 4. 14 (a) Sepeda Udara atau Sky Bike dan (b) Area Bermain Anak di Taman Singha Merjosari

Sumber : Survey Primer, 2017

Karena letaknya yang dekat dengan beberapa perguruan tinggi seperti Universitas Maulana Malik Ibrahim (UIN) Malang, Universitas Brawijaya, ITN Malang maka taman ini banyak dikunjungi oleh mahasiswa. Pada taman ini juga dilengkapi berbagai fasilitas penunjang, diantaranya adalah gazebo untuk tempat beristirahat dan berkumpul yang biasa digunakan oleh mahasiswa untuk mengerjakan tugas bersama, area pasir pantai, *jogging track*, *open theater*, area refleksi, tempat parkir sepeda, toilet, dan tempat duduk taman. Selain itu, di dalam taman ini juga terdapat Taman Lalu Lintas Merjosari dan Taman Bugar Megosari. Taman Lalu Lintas Merjosari merupakan taman yang bertujuan untuk memberikan edukatif terkait dengan lalu lintas. Dimana di dalam taman tersebut terdapat *signage* berupa rambu-rambu lalu lintas. Sedangkan untuk Taman Bugar Merjosari merupakan taman yang berisi alat-alat olahraga yang dapat digunakan pengunjung taman. Di masing-masing alat olahraga juga dilengkapi dengan cara menggunakan alat tersebut.



Gambar 4. 15 Taman Lalu Lintas Merjosari

Sumber : Survey Primer, 2017



Gambar 4. 16 Taman Bugar Merjosari

Sumber : Survey Primer, 2017

Namun, kondisinya untuk vegetasi di taman ini masih kurang. Dapat dilihat pada area sekitar sepeda udara (*sky bike*) masih banyak rumput-rumput liar panjang yang sedikit mengurangi nilai estetika taman. Selain itu, hiasan lampu taman yang berbentuk bunga juga sudah dalam kondisi kurang baik. Pada area Taman Bugar juga terlihat minim sekali pepohonan, sehingga suasana pada Taman Bugar menjadi kurang sejuk dan terasa panas.

4.1.4.7 Hutan Kota Malabar

Sesuai dengan namanya, Hutan Kota Malabar ini terletak di Jalan Malabar, Kelurahan Oro-Oro Dowo, Kecamatan Klojen tepat disebelang *Merbabu Family Park*. Hutan Kota Malabar ini merupakan salah satu kawasan RTH yang luas di Kota Malang sehingga hutan kota ini juga berperan sebagai paru-paru Kota Malang. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik Hutan Kota Malabar ini dapat dilihat pada **Tabel 4.9** di bawah ini.

Tabel 4. 9 Karakteristik Hutan Kota Malabar

No. (1)	Karakteristik (2)	Keterangan (3)
1.	Luas (m ²)	16.718 m ²
2.	Waktu Peresmian	4 April 2016
3.	Pemberi CSR	PT. Amerta Indah Otsuka
4.	Kondisi Vegetasi	90% luasnya ditumbuhi oleh berbagai macam pohon diantaranya Pohon Sawit, Pohon Kol Belanda, Pohon Flamboyan, Pohon Kayu Manis, dan lainnya.
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat sirkulasi untuk pejalan kaki dan <i>jogging track</i> namun belum ada fasilitas bagi disabilitas ▪ Fasilitas sosial budaya, terdapat bangku taman, Plaza, Hammock, dan area refleksi ▪ Fasilitas kebersihan berupa toilet, tempat sampah dengan pemilahan beserta adanya rumah kompos untuk pengolahan sampah dan adanya kolam reservoir. ▪ Terdapat <i>signage</i> penamaan pohon disetiap pohon sebagai sarana edukatif
6.	Pengunjung	Remaja

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.9** di atas, dapat diketahui bahwa Hutan Kota Malabar merupakan bantuan CSR dari PT.Amerta Indah Otsuka pada tahun 2015 dan diresmikan pada tahun 2016. 90% luas hutan didominasi oleh pepohonan yang dilengkapi

dengan papan nama pohon sebagai sarana edukatif bagi para pengunjung terutama remaja karena yang banyak mengunjungi adalah remaja.



Gambar 4. 17 (a) *Jogging track* dan (b) Masyarakat yang memanfaatkan suasana hutan kota untuk latihan memainkan alat musik

Sumber : Survey Primer, 2017

Kegiatan sosial yang banyak muncul dalam hutan ini meliputi olahraga berupa lari di *jogging track* yang tersedia, duduk-duduk sambil berbincang, serta ada juga yang latihan bermain musik di sini.



(a)



(b)

Gambar 4. 18 Pohon yang ada di dalam Hutan Kota Malabar beserta papan namanya (*signage*)

Sumber : Survey Primer, 2017

Selain *signage* pada setiap pohonnya, di dalam hutan ini juga terdapat banyak *signage* diantaranya *signage* yang menjelaskan denah Hutan Kota Malabar, pola hidup sehat, pembagian sampah organik dan anorganik, serta sejarah Hutan Kota Malabar.



Gambar 4. 19 (a) *Signage* pola hidup sehat dan (b) *Signage* terkait sejarah Hutan Kota Malabar

Sumber : Survey Primer, 2017

Di dalam hutan ini dilengkapi juga fasilitas sosial namun tak banyak, seperti tempat duduk, Plaza, *hammock*, *jogging track*, area refleksi dan sirkulasi untuk pejalan kaki. Hutan ini juga dilengkapi dengan kolam reservoir yang berguna untuk menampung air hujan dan terdapat pula rumah kompos untuk mengolah sampah-sampah yang ada.



Gambar 4. 20 (a) Kolam Reservoir dan (b) Rumah Kompos

Sumber : Survey Primer, 2017

Untuk fasilitas kebersihannya terdapat tempat sampah dengan 5 kategori pemilahan yaitu tempat sampah residu, tempat sampah daur ulang, tempat sampah organik, tempat sampah guna ulang dan tempat sampah B3. Tempat sampah residu digunakan untuk sampah seperti pembalut wanita, popok bayi, puntung rokok, dan lain sebagainya. Tempat sampah daur ulang digunakan untuk sampah kardus, karton, buku bekas, dan lain sebagainya. Tempat sampah organik digunakan untuk sampah sisa makanan, tulang, daun kering, dan lainnya. Tempat sampah guna ulang digunakan untuk sampah botol kaca dan kaleng makanan atau minuman. Sedangkan tempat sampah B3 digunakan untuk sampah lampu, neon, baterai, kaset, dan lainnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 4.21** di bawah ini



Gambar 4. 21 Tempat sampah dengan 5 pemilahan beserta keterangan sampah di masing-masing

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.8 Taman Kunang-Kunang

Taman Kunang-Kunang ini terletak di Jalan Jakarta, Kelurahan Gading Kasri, Kecamatan Klojen. Walaupun namanya Taman Kunang-Kunang tetapi RTH ini termasuk dalam golongan hutan kota. RTH ini terletak memanjang di tengah Jalan Jakarta seperti median jalan. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik Taman Kunang-Kunang dapat dilihat pada **Tabel 4.10** dibawah ini.

Tabel 4. 10 Karakteristik Taman Kunang-Kunang

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	14.777 m ²
2.	Waktu Peresmian	2015
3.	Pemberi CSR	PT. Bentoel Prima
4.	Kondisi Vegetasi	90% luasnya ditanami oleh berbagai macam pohon seperti pohon alpukat, pohon mahoni, dll sehingga tergolong dalam hutan kota

No.	Karakteristik	Keterangan
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fasilitas sosial budaya, terdapat bangku taman, 5 Plaza, dan <i>paravet</i>. ▪ Fasilitas kebersihan berupa toilet, tempat sampah dengan pemilahan ▪ Terdapat area parkir kendaraan. ▪ Terdapat banyak lampu taman di dalamnya
6.	Pengunjung	Remaja dan mahasiswa
7.	Tematik	Seperti namanya Taman Kunang-Kunang, mengangkat tema kunang-kunang sehingga terdapat banyak lampu taman yang ditata dengan baik sehingga akan memberikan efek seperti kunang-kunang di malam hari.

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.10** di atas, dapat dilihat bahwa Taman Kunang-Kunang ini merupakan salah satu bantuan CSR dari PT. Bentoel Prima pada tahun 2015. Karena difungsikan sebagai hutan kota, sehingga fasilitas yang ada di sana pun tidak terlalu banyak. Hutan kota ini terbagi atas 5 plaza yang dapat digunakan untuk sarana berinteraksi. Plaza pertama berada di ujung Jl. Jakarta yang dilengkapi dengan 18 lampu tiang berbentuk persegi panjang. Di plaza kedua dilengkapi dengan lampu putih dengan tiang berbentuk L terbalik. Di plaza ketiga terletak di depan Kampus Wearnes dan pertigaan Jl. Bogor. Plaza ini memiliki 2 *paravet* yang dikelilingi lampu berbentuk bulat. Pada plaza keempat, terdapat kursi permanen dari beton berdiri menyatu dengan pepohonan dan lampu tiang berwarna putih. Plaza ini terletak di depan pintu masuk Kampus UM, Jl. Semarang. Dan yang terakhir plaza kelima terletak di ujung Simpang Ijen (perempatan Jl. Surabaya, Jl. Pahlawan Trip dan Jl. Gede. Plaza ini berisi 27 lampu putih berbentuk bulat dan plakat yang menunjukkan hutan kota ini dibangun oleh PT. Bentoel Prima.



Gambar 4. 22 Lampu taman yang ada di dalam Taman Kunang-Kunang

Sumber : Survey Primer, 2017

Hutan kota ini banyak dikunjungi oleh mahasiswa, karena letaknya yang dekat dengan Kampus Wearnnes, Universitas Negeri Malang, Universitas Brawijaya.



Gambar 4. 23 Pengunjung yang bersantai di bawah *paravet*

Sumber : Survey Primer, 2017

Untuk fasilitas kebersihan, hutan kota ini dilengkapi dengan toilet dan tempat sampah dengan pemilahan yang dapat dilihat pada **Gambar 4.24** di bawah ini.



Gambar 4. 24 (a) Fasilitas Toilet dan (b) Tempat sampah dengan pemilahan di Taman Kunang-Kunang

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.9 Taman Slamet

Taman Slamet terletak di Jalan Taman Slamet, Kelurahan Oro-Oro Dowo, Kecamatan Klojen yang merupakan lingkungan perumahan. Taman ini terletak di depan RSIA Puri Malang. Kondisi eksisting dari taman ini masih tergolong sangat baik karena memang taman ini terhitung baru. Karena letaknya dekat dengan Perpustakaan Kota Malang dan SMP 1 Malang, taman ini banyak dikunjungi oleh remaja seperti siswa SMP dan siswa SMA.



Gambar 4. 25 Taman Slamet merupakan CSR dari PT. Bentoel Prima dan banyak dikunjungi siswa SMA

Sumber : Survey Primer, 2017

Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik dari Taman Slamet dapat dilihat pada **Tabel 4.11** di bawah ini.

Tabel 4. 11 Karakteristik Taman Slamet

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	4.919 m ²
2.	Waktu Peresmian	4 April 2016
3.	Pemberi CSR	PT. Bentoel Prima
4.	Kondisi Vegetasi	Kondisi penghijauan cukup baik dan terawat. Jenis tanaman nya terdiri pohon trembesi, rumput gajah, dan tanaman-tanaman hias.
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat sirkulasi pejalan kaki dan sirkulasi bagi disabilitas ▪ Terdapat kursi taman, <i>outdoor gym</i>, <i>signage</i>, lampu-lampu taman. ▪ Terdapat area parkir sepeda motor dan khusus sepeda. ▪ Fasilitas keamanan berupa pos satpam dan satpamnya
6.	Pengunjung	Didominasi oleh remaja

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.11** di atas, dapat dilihat bahwa Taman Slamet merupakan bantuan CSR dari PT. Bentoel Prima pada tahun 2016. Taman ini juga dilengkapi dengan pos keamanan beserta satpam yang terletak di samping area parkir kendaraan. Selain itu, taman ini juga dilengkapi dengan tempat parkir sepeda.

**Gambar 4. 26 Area Parkir Sepeda**

Sumber : Survey Primer, 2017

Pada saat masuk ke taman ini, pengunjung akan disambut dengan *sculpture* yang berbentuk segi empat berjumlah 6 yang ditata tak beraturan. Dimana desain dari *sculpture* tersebut memiliki filosofi yaitu Kota Malang dikelilingi oleh 6 pegunungan diantaranya adalah Gunung Arjuna, Gunung Bromo, Gunung Semeru, Gunung Kawi, Gunung Kelud, dan Gunung Panderman.



Gambar 4. 27 Sculpture Taman Slamet

Sumber : Survey Primer, 2017

Selain itu, taman ini juga dilengkapi fasilitas penunjang berupa tempat duduk taman, lampu taman, *outdoor gym*, dan area beristirahat berupa *paravet*. Seluruh fasilitas-fasilitas tersebut kondisinya masih sangat baik yang dilihat dari warna catnya yang masih bagus dan belum memudar.



Gambar 4. 28 Alat Olahraga yang ada di Taman Slamet

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.10 Pedestrian Jalan Ijen

Penataan pedestrian di Jalan Ijen dilakukan pada tahun 2016. Penataan ini dilakukan dengan menambahkan beberapa kursi taman, pot, tempat sampah, lampu PJU yang tematik serta adanya keran air siap minum yang bebas digunakan oleh masyarakat.



Gambar 4. 29 Keran Air Siap Minum di Pedestrian Jalan Ijen

Sumber : Survey Primer, 2017

Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik pedestrian di Jalan Ijen dapat dilihat pada **Tabel 4.12**.

Tabel 4. 12 Karakteristik Pedestrian Jalan Ijen

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	1.458 m ² dengan panjang jalur 729 m dan lebar jalur hijau sisi kanan dan kiri 2 m.
2.	Waktu Peresmian	2016
3.	Pemberi CSR	Henry Soetio
4.	Kondisi Vegetasi	Kondisi penghijauan cukup baik dan terawat. Jenis tanaman nya terdiri pohon trembesi dan tanaman hias yang ditanam di beberapa pot
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat sirkulasi bagi disabilitas ▪ Terdapat kursi taman tematik, lampu-lampu PJU tematik ▪ Terdapat keran air siap minum ▪ Terdapat tempat sampah dengan pemilahan
6.	Pengunjung	Didominasi oleh mahasiswa dan orang tua

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.12** di atas, dapat dilihat bahwa pedestrian ini memiliki panjang 729 meter dengan lebar di sisi kanan dan kiri sebesar 2 meter. Penataan pedestrian ini merupakan bantuan CSR dari perseorangan yaitu Henry Soetio pada tahun 2016. Untuk lebih jelasnya, pedestrian jalan Ijen dan fasilitas tempat sampah dengan pemilahan dapat dilihat pada **Gambar 4.30** di bawah ini.



Gambar 4. 30 (a) Pedestrian Jalan Ijen yang dilengkapi dengan sirkulasi bagi disabilitas dan (b) Tempat sampah dengan pemilahan

Sumber : Survey Primer, 2017

4.1.4.11 Taman dan Pedestrian Dieng

Taman dan pedestrian Dieng terletak di Jalan Raya Dieng. Taman dan pedestrian ini merupakan RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR dan yang paling baru dibandingkan RTH publik lainnya. Karena program ini baru saja diresmikan pada tanggal 1 April 2017 yang lalu yang bertepatan dengan ulang tahun Kota Malang yang ke 103. Taman dan pedestrian ini merupakan bantuan CSR dari PT. Bentoel Prima.



Gambar 4. 31 Taman dan Pedestrian Dieng

Sumber : Survey Primer, 2017

Seperti yang dapat dilihat pada gambar di atas, taman dan pedestrian ini terletak di tengah Jalan Dieng Malang. Untuk lebih jelasnya, berikut karakteristik dari Taman dan Pedestrian Dieng yang dapat dilihat pada **Tabel 4.13** di bawah ini.

Tabel 4. 13 Karakteristik Taman dan Pedestrian Dieng

No.	Karakteristik	Keterangan
(1)	(2)	(3)
1.	Luas (m ²)	550 m ² dengan panjang jalur 275 m dan lebar jalur hijau sisi kanan dan kiri 2 m.
2.	Waktu Peresmian	1 April 2017
3.	Pemberi CSR	PT. Bentoel Prima
4.	Kondisi Vegetasi	Ditanami tanaman hias di sepanjang jalur hijau dan terdapat pohon-pohon
5.	Fasilitas Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat bangku-bangku taman ▪ Terdapat spot untuk foto dan PJU ▪ Terdapat tempat sampah dengan pemilahan ▪ Terdapat banyak ornament-ornamen hiasan di pinggir jalan dan <i>signage</i>
6.	Pengunjung	Didominasi oleh orang tua

Sumber : Survey Primer, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.13** di atas, dapat dilihat bahwa taman dan pedestrian di sepanjang Jalan Raya Dieng ini direvitalisasi menggunakan bantuan CSR dari PT. Bentoel Prima. Untuk tamannya, itu terletak ditengah jalan Raya Dieng yang berfungsi sebagai median jalan yang ditata dengan menambahkan tanaman-tanaman hias serta diberi tempat duduk dengan gaya arsitektur yang menarik. Sedangkan untuk di bagian pedestrian, fasilitas yang ada antara lain tempat duduk, spot foto, *signage*, tempat sampah, dan berbagai ornament yang menghias di pinggir Jalan Raya Dieng ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 4.32** di bawah ini.



Gambar 4. 32 Berbagai Ornamen yang terdapat di Pedestrian Dieng

Sumber : Survey Primer, 2017



(a)

(b)

Gambar 4. 33 (a) Spot untuk foto dan (b) Tempat sampah dengan pemilahan di Pedestrian Dieng

Sumber : Survey Primer, 2017

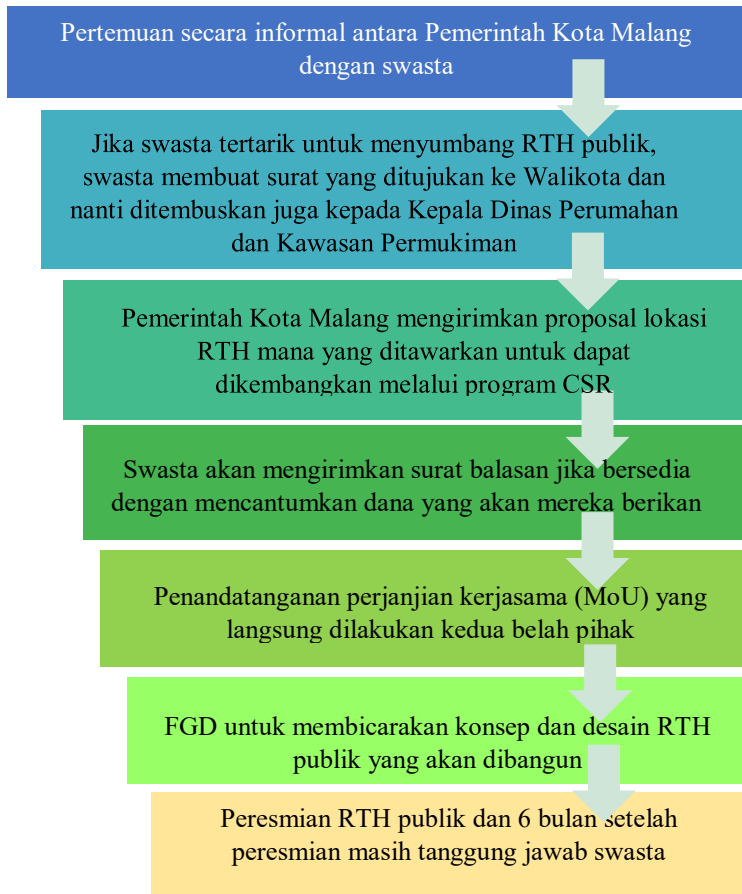
Untuk pengunjung dari taman dan pedestrian ini didominasi oleh orang tua yang hanya sekedar bersantai di pinggir jalan. Namun tak jarang juga ada beberapa remaja dan mahasiswa juga yang turut menikmati taman dan pedestrian ini.

4.1.5 Mekanisme Penyelenggaraan Program CSR Berupa Pengembangan RTH Publik di Kota Malang

Menurut hasil wawancara dengan Staff Analis Penata Ruang, Pandu Zanuvar, mengatakan bahwa di Kota Malang sendiri, belum terdapat kebijakan khusus seperti perda yang mengatur

pelaksanaan program CSR. Selama ini pemerintah hanya mengacu pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas saja. Dalam penyelenggaraannya, perjanjian kerjasama (MoU) terkait program CSR ini hanya dilakukan oleh 2 pihak, yaitu pihak swasta sebagai pemberi CSR dengan SKPD terkait.

Berikut merupakan mekanisme penyelenggaraan program CSR berupa RTH publik di Kota Malang yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ismintarti, SP. selaku Kepala Seksi Taman DPKP Kota Malang dan Bapak Pandu Zanuvar selaku Staff Analis Penata Ruang Barenlitbang Kota Malang yang dapat dilihat pada **Gambar 4.34** di bawah ini.



Gambar 4. 34 Mekanisme Proses Kerjasama CSR di Kota Malang

Sumber : Hasil Wawancara, 2017

Berdasarkan **Gambar 4.34** di atas, mekanisme proses kerjasama CSR dalam penyediaan RTH publik di Kota Malang meliputi :

1. Pertama, pertemuan secara informal antara Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta. Pendekatan pemerintah kepada swasta biasanya dilakukan oleh Walikota Malang.

2. Kemudian yang kedua, jika swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR berupa RTH publik maka swasta harus mengirimkan surat yang ditujukan kepada Walikota Malang. Mengingat banyaknya surat ke Walikota, maka surat juga dapat ditembuskan kepada Kepala Dinas terkait yang dalam hal ini adalah Kepala Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang untuk mempercepat proses.
3. Yang ketiga, Pemerintah Kota Malang menjawab surat tersebut dengan mengirimkan proposal yang berisikan tawaran lokasi dan tema RTH publik mana saja yang dapat dikembangkan melalui program CSR.
4. Selanjutnya, swasta akan mengirimkan balasan yang memuat lokasi RTH yang dipilih serta mencantumkan berapa dana yang akan diberikan.
5. Lalu kedua belah pihak pun bertemu untuk menandatangani perjanjian kerjasama (MoU). Saat ini perjanjian kerjasama (MoU) dapat langsung dilakukan oleh swasta dan SKPD terkait yaitu Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang.
6. Selanjutnya, dilakukan FGD yang membicarakan konsep dan desain RTH yang akan dikembangkan.
7. Yang terakhir, setelah pembangunan selesai maka akan dilakukan peresmian oleh Walikota Malang dan Pemimpin dari swasta yang memberi bantuan CSR. Selanjutnya selama 6 bulan pasca peresmian itu RTH publik tersebut masih didalam tanggung jawab pihak swasta.

4.1.6 Bentuk Bantuan CSR dalam RTH Publik di Kota Malang

Kota Malang sedang sangat mengedepankan pengembangan RTH publik melalui program CSR. Bantuan yang diberikan oleh pihak swasta pun bermacam-macam bentuknya. Ada yang memberikan bantuan CSR berupa pembangunan taman kota, revitalisasi hutan kota, penataan pedestrian jalan, penataan jalur hijau/median jalan, ataupun memberikan bantuan berupa fasilitas-

fasilitas penunjang di dalam RTH publik tersebut. Namun untuk bantuan dalam bentuk uang (*fresh money*) tidak diterima oleh Pemerintah Kota Malang. Berikut penjelasan mengenai bentuk bantuan apa yang diberikan oleh pihak swasta dalam mengembangkan RTH publik.

1. **Bank Jatim**

Bank Jatim merupakan salah satu badan usaha milik daerah yang memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang. Adapun bantuan yang diberikan adalah pembangunan revitalisasi Taman Kenedes yang menjadi pintu gerbang Kota Malang di Kelurahan Arjosari.

2. **PT. Bentoel Prima**

PT. Bentoel Prima merupakan perusahaan rokok terbesar yang berada di Kota Malang. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang paling banyak memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang, diantaranya adalah Taman Cerdas Trunojoyo, Taman Kunang-Kunang, Taman Slamet, serta Taman dan Pedestrian Dieng. Dalam kerjasama CSR ini, perusahaan ini selalu memberikan bantuan berupa DED (*Detail Engineering Design*), serta pembangunan fisik dari keempat RTH publik tersebut.

3. **Bank BRI**

Bank BRI merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Bank ini telah memberikan bantuan CSR berupa pembangunan Alun-Alun Merdeka Kota Malang. Dalam kerjasama CSR ini, perusahaan ini memberikan bantuan berupa pembangunan fisik dari Alun-Alun kecuali arena bermain anak dan *outdoor gym*. Untuk menentukan desain, Pemkot dan BRI telah sepakat untuk mengadakan sayembara yang terbuka untuk umum karena Alun-Alun ini merupakan ikon identitas Kota Malang yang memiliki banyak nilai historis, sehingga dalam mendesain ulang, tidak boleh sampai menghilangkan nilai historis dari Alun-Alun ini. Dari segi hadiah, BRI juga siap untuk menyediakan hadiah bagi para pemenangnya. Kemudian desain dari pemenang sayembara

Juara 1,2,3 dan Harapan 1,2,3 di *mix* oleh konsultan yang telah ditunjuk oleh BRI.

4. PT. Alam Lestari Unggul

PT. Alam Lestari Unggul merupakan perusahaan produsen baja (Nikko Steel) yang telah memberikan bantuan CSR berupa penambahan fasilitas di Taman Singha Merjosari. Berbeda dengan swasta lain, perusahaan ini hanya menambahkan fasilitas saja di dalam Taman Singha Merjosari diantaranya *outdoor gym*, *playground*, dan *sky bike*. Secara keseluruhan revitalisasi taman ini dilakukan pemerintah Kota Malang dengan dana hibah dari Kementrian Pekerjaan Umum. Selain di Taman Singha Merjosari, perusahaan ini juga memberikan penambahan fasilitas di dalam Alun-Alun Kota Malang diantaranya *outdoor gym* dan *playground* bagi anak-anak.

5. PT. Beiersdorf Indonesia

PT. Beiersdorf Indonesia merupakan perusahaan yang berdomisili di Kabupaten Malang namun melakukan kerjasama dengan pemerintah Kota Malang. Perusahaan ini merupakan produsen dari produk Nivea dan Hansaplast. Perusahaan ini telah memberikan bantuan CSR berupa pembangunan *Merbaby Family Park*. Dimana dalam kerjasama CSR ini, perusahaan ini memberikan bantuan berupa DED (*Detail Engineering Design*) dan pembangunan fisik taman lengkap dengan fasilitas di dalamnya.

6. PT. Buana Karya Adi Mandiri-Permata Jingga

Perusahaan ini merupakan pengembang property di Kota Malang. Perusahaan ini memberikan bantuan CSR berupa revitalisasi Taman Pesawat yang ada di pintu gerbang masuk Perumahan Permata Jingga Malang.

7. PT. Amerta Indah Otsuka

Perusahaan ini merupakan produsen Pocari Sweat dan Soyjoy yang berdomisili di Pasuruan. Perusahaan ini bekerjasama dengan pemerintah Kota Malang untuk merevitalisasi Hutan Kota Malabar yang merupakan paru-paru Kota Malang.

Bentuk bantuan yang diberikan berupa DED (*Detail Engineering Design*) dan pembangunan fisik taman lengkap dengan fasilitas di dalamnya.

8. Henry Soetio

Henry Soetio ini merupakan perorangan yang memberikan bantuan kepada pemerintah Kota Malang untuk melakukan penataan pada pedestrian di Jalan Ijen. Bentuk bantuan yang diberikan berupa pembangunan pedestrian tersebut lengkap beserta fasilitas di dalamnya.

9. PT. Aneka Cipta Mulia Indah

Perusahaan ini merupakan pengembang dari Ruko WOW yang berada di Jalan Raya Sawojajar. Bantuan yang diberikan adalah berupa penataan kembali jalur hijau yang ada di Jalan Raya Sawojajar.

10. Yayasan Perguruan Tinggi Merdeka

Yayasan Perguruan Tinggi Merdeka atau yang biasa disebut Universitas Merdeka (UNMER) Malang merupakan salah satu perguruan tinggi yang terletak di Jalan Terusan Dieng. Bentuk bantuan yang diberikan berupa pembangunan penataan kembali pedestrian yang ada di Jalan Terusan Dieng yang saat ini masih proses pembangunan.

4.1.7 Bentuk Insentif Kerjasama

Dalam kerjasama antara pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta dalam program CSR, pemerintah tidak memberikan insentif tertentu. Namun, menurut Kepala Seksi Taman DPKP Kota Malang, Ismintarti, pemerintah memberikan sebuah plakat sebagai bentuk rasa terima kasih dan penghormatan kepada pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR berupa pengembangan RTH publik. Plakat-plakat tersebut diletakkan didalam masing-masing RTH publik sekaligus menjadi penanda yang berisi informasi terkait pihak swasta mana yang telah memberikan bantuan CSR. Seperti di setiap RTH publik yang merupakan bantuan dari PT. Bentoel Prima akan ada plakat seperti di **Gambar 4.35**.



Gambar 4. 35 Plakat yang diberikan dari Pemerintah Kota Malang untuk PT. Bentoel Prima pada Taman Slamet

Sumber : Survey Primer, 2017

Kemudian untuk plakat yang diberikan kepada PT. Beiersdorf Indonesia seperti pada **Gambar 4.36** di bawah ini.



Gambar 4. 36 Plakat yang diberikan dari Pemerintah Kota Malang untuk PT. Beiersdorf Indonesia pada Taman Merbabu

Sumber : Survey Primer, 2017

Untuk bentuk insentif lain yang diberikan oleh Pemerintah Kota Malang itu berbeda-beda setiap swasta. Tergantung pada perjanjian kerjasama (MoU) kedua belah pihak setelah program CSR ini dilakukan. Seperti PT. Beiersdorf Indonesia yang

mendapat insentif berupa perijinan pemasangan reklame di dalam taman, namun tetap membayar pajak seperti biasa.



Gambar 4. 37 Reklame dari produk PT. Beiersdorf di dalam Merbabu Family Park

Sumber : Survey Primer, 2017

Untuk pemasangan tulisan yang mengatasnamakan nama perusahaan itu diperbolehkan di dalam RTH publik, hanya saja jika tulisan tersebut merupakan nama produk perusahaan itu tetap dikenakan pajak iklan. Selain PT. Beiersdorf, Bank BRI juga mendapatkan insentif berupa kemudahan pendirian kegiatan usaha seperti pendirian ATM. Namun untuk pembayaran sewa lahan itu tetap dilakukan sebagaimana mestinya.

Sedangkan untuk insentif dalam bentuk keringanan pembayaran pajak itu juga bisa saja terjadi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ismintarti, SP. juga hal tersebut dilakukan dengan syarat swasta mengajukan surat permohonan kepada Walikota Malang bahwa swasta akan memasang iklan dengan nilai sekian dan menyatakan permohonan swasta untuk memohon pertimbangan tarif berkenaan telah memberikan bantuan CSR.

4.1.8 Konflik yang Pernah Timbul dalam Kerjasama CSR

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Bisnis Program dan Kemitraan Bank BRI Kanwil Malang, Darmawan Bambang, dalam kerjasamanya dengan Pemerintah Kota Malang

untuk merevitalisasi Alun-Alun terdapat masalah yang pernah muncul. Pihak swasta melihat ketidakprofesionalan pemerintah dalam kerjasama, karena saat Pemerintah Kota Malang memberikan insentif kepada pihak BRI berupa pendirian *drive-thru Automatic Teller Machine* (ATM), hal tersebut malah dipermasalahkan oleh Wahana Lingkungan Hidup (Walhi) Jawa Timur dan DPRD Kota Malang. Kedua pihak tersebut menilai bahwa pembangunan *drive-thru* pada Alun-Alun Kota Malang melanggar Perda Tata Ruang serta Perda terkait taman dan dekorasi Kota Malang dan akan merubah fungsi taman. Padahal dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas disebutkan bahwa perusahaan wajib memperhatikan masalah sosial dan lingkungan di wilayah tertentu.

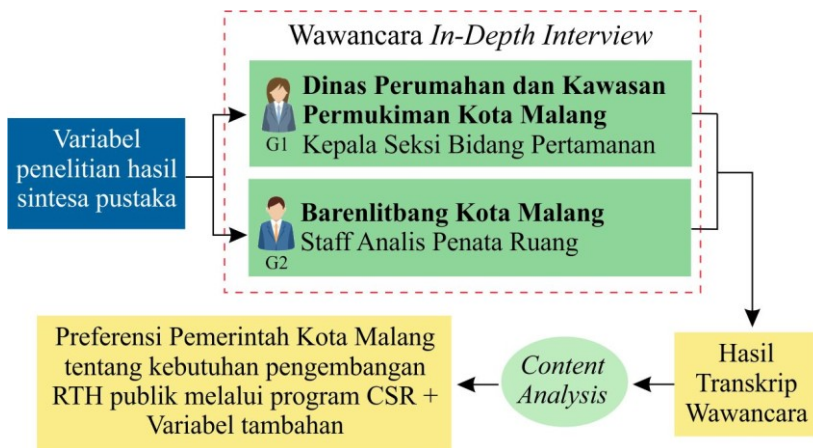
Pihak BRI melihat bahwa belum adanya komunikasi yang baik antara Pemerintah Kota Malang dengan lembaga legislatif yaitu DPRD Kota Malang. Karena adanya masalah tersebut, maka pihak Bank BRI langsung menghentikan proses pembangunan revitalisasi Alun-Alun hingga masalah itu selesai. BRI menunggu adanya titik temu antara Komisi C DPRD dengan Pemerintah Kota Malang. Menurut pihak BRI, *drive-thru* ATM hanya menjadi fasilitas pendukung bagi masyarakat yang berkunjung ke Alun-Alun, dan bukan sarana bisnis. Dengan adanya *drive-thru* ATM, masyarakat yang berada di Alun-Alun dan perlu untuk mengambil uang dapat memanfaatkan fasilitas tersebut.

Setelah permasalahan itu selesai, pembangunan revitalisasi tersebut baru dilanjutkan. Kemudian, sebagai gantinya Pemerintah Kota Malang menawarkan lokasi lain untuk BRI membangun *drive-thru* ATM sebagai bentuk insentif dari pemerintah. Selain itu, pemerintah juga memberi kemudahan administrasi dalam pendirian *drive-thru* ATM namun untuk pembayaran sewa lahannya tetap sebagaimana mestinya.

4.2 Analisis dan Pembahasan

4.2.1 Mengidentifikasi Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Berdasarkan Preferensi Pemerintah Kota Malang Melalui Program CSR

Dalam menjawab sasaran 1 ini, berikut merupakan alur pengerjaan sasaran 1 yang dapat dilihat pada **Gambar 4.38** dibawah ini.



Gambar 4. 38 Bagan Alur Pengerjaan Sasaran 1

Sumber : Penulis, 2017

Berdasarkan bagan pada **Gambar 4.38** diatas, dapat dilihat bahwa dalam menjawab sasaran 1 dilakukan teknik analisis *Content Analysis* yang digunakan dalam menganalisis hasil wawancara dengan responden. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan teknik *In-depth interview* dan dilakukan kepada 2 responden dari kelompok pemerintah (*governance*) hasil analisis *stakeholder* yang telah dilakukan sebelumnya. Wawancara yang dilakukan secara semi terstruktur ini dilakukan untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi dari kelompok pemerintah melalui program CSR.

4.2.1.1 Pemahaman Data dari Hasil *In-Depth Interview* Kelompok Pemerintah (*Governance*)

Untuk dapat menganalisis guna menjawab sasaran 1 yaitu identifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi pemerintah, perlu dilakukan pemahaman data dari setiap variabel penelitian yang diajukan kepada responden.

a. Responden 1 (G1)

Responden 1 (G1) merupakan responden pertama yang berasal dari Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang. Bidang yang terpilih adalah Bidang Pertamanan yang memiliki tugas berupa perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, penyusunan program, pelaksanaan, penyediaan, pemeliharaan, pengawasan dan pengendalian di bidang pertamanan. Responden dipilih karena merupakan pihak yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR dan memiliki kapabilitas dalam menjawab pertanyaan penelitian dari peneliti. Berikut merupakan biodata dari responden 1 (G1) yang telah diwawancarai.

Tabel 4. 14 Biodata Responden 1 (G1)

Kelompok Stakeholder	Pemerintah (<i>Governance</i>)	
Lembaga/ Instansi	Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang	
Nama	Ismintarti, SP.	
Jabatan	Kepala Seksi Taman	


Sumber : Survey Primer, 2017

b. Responden 2 (G2)

Responden 2 (G2) merupakan responden kedua yang berasal dari Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan (Barenlitbang) Kota Malang. Bidang yang terpilih adalah Bidang

Tata Kota yang memiliki tugas berupa mengoptimalkan pemanfaatan ruang kota dengan menyusun kebijakan teknis perencanaan tata kota serta menyusun petunjuk pelaksanaan perencanaan dan pengendalian tata ruang kota. Responden dipilih karena merupakan pihak yang berpengaruh dalam perencanaan tata ruang kota termasuk dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR dan memiliki kapabilitas dalam menjawab pertanyaan penelitian dari peneliti. Berikut merupakan biodata dari responden 2 (G2) yang telah diwawancarai.

Tabel 4. 15 Biodata Responden 2 (G2)

Kelompok Stakeholder	Pemerintah (Governance)	
Lembaga/ Instansi	Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan (Barenlitbang) Kota Malang	
Nama	Pandu Zanuvar	
Jabatan	Staff Analis Penata Ruang	

Sumber : Survey Primer, 2017

Pada **Tabel 4.15** di bawah ini akan menjelaskan tahapan pemahaman data yang menghasilkan suatu kesimpulan mengenai kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan variabel penelitian. Dalam proses pemahaman data akan dilihat pendapat masing-masing responden, kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan dari berbagai pendapat tersebut.

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

Tabel 4. 16 Pemahaman Data Variabel Penelitian Menurut *Stakeholders* dari Kelompok Pemerintah

Variabel		Stakeholder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
			Transkrip	Kode	Hasil	
Lokasi publik RTH	G1	“Kalo misalnya dalam rangka CSR ya, itu relevan. Pasti dia mencari yang intensitas pengunjung yang menikmatinya tinggi.”	C1.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, dalam menentukan lokasi RTH publik melalui program CSR, pihak swasta mempertimbangkan lokasi dengan intensitas pengunjung tinggi, sehingga dapat dilihat program CSR dalam bentuk RTH masih terpusat di Kecamatan Klojen dan Lowokwaru. Maka dari itu, diperlukan pemerataan lokasi pengembangan lokasi RTH.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Program-program CSR tersebut masih terpusat pada satu kecamatan saja yaitu Kecamatan Klojen dan Lowokwaru (pusat Kota Malang), karena pihak swasta menginginkan lokasi RTH dengan intensitas pengunjung tinggi. INTERPRETASI : Perlu pemerataan lokasi RTH publik pada lahan potensial di pinggir Kota Malang seperti Kecamatan Sukun, Blimbing, dan Kedung Kandang dengan memperhatikan intensitas masyarakat yang berada disekitar lokasi atau yang melintasi lokasi, sehingga pihak swasta tertarik untuk mengembangkan program CSR.	
		I : Tapi ada tidak Bu seperti di Kedungkandang kan itu termasuk di pinggir kota, itu ada CSR yang milih lokasi di sana? G1 : Belum ada mbak	C1.2			
		“Iya mbak, saya pikir mereka masih berpikir rasional untuk mencari lokasi di pusat perkotaan. ”	C1.3			
		“Di Klojen sama Lowokwaru mbak konsentrasi di situ”	C1.4			
		“mungkin yang terpenting sekarang bagaimana kita bisa melakukan pemerataan lokasi dalam pengembangan RTH sih mbak karena selama ini kan masih fokus dipusat kota saja.”	C1.5			
	G2	“Begini, lokasi RTH publik terutama di Kota Malang ini belum tersebar dengan baik di seluruh bagian. Ada bagian-bagian yang kurang itu ada di Kecamatan Sukun dan Kecamatan Kedung Kandang.	C1.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, RTH yang dibangun melalui program CSR masih fokus di satu kecamatan, yaitu di Kecamatan Klojen (pusat kota). Sehingga, diperlukan pemerataan lokasi dari segi kualitas dan kuantitas.		
		“..terutama lagi kalo yang taman kota yang terkait CSR memang masih terbilang fokus di satu kecamatan yaitu di Kecamatan Klojen yang ada di pusat kota. Jadi pemerataan ke kecamatan-kecamatan ataupun ke kelurahan-kelurahan yang belum punya. Itu yang harusnya menjadi prioritas kami”	C1.2			
		“Iya mbak, pemerataan lokasi ya kualitas dan kuantitas. ”	C1.3			
		“Ya yang pasti yang lokasinya banyak dilalui orang ya biar tau, lalu yang sekiranya juga yang intensitas pengunjungnya tinggi mbak.”	C1.4			
Jenis publik RTH	G1	“Ya semua jenis butuh ya mbak. Sesuai dengan kewenangan kita kan jenis RTH publik itu meliputi taman kota, hutan kota, dan jalur hijau.	C2.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, jenis RTH publik yang perlu	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel jenis RTH publik merupakan	

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		Nah kalo ditanya butuh ya semuanya kita butuh mbak hehe... karena memang fokus kita ya mengembangkan ketiganya mbak..”		dikembangkan di Kota Malang meliputi taman kota, hutan kota, dan jalur hijau.	variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Jenis RTH publik yang perlu dikembangkan melalui program CSR dapat berupa pengembangan taman kota, hutan kota, jalur hijau atau pedestrian sesuai dengan kewenangan Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang.
	G2	“Untuk jenis RTH publiknya, sesuai dengan kewenangan bidang pertamanan DPKP Kota Malang ya yaitu hutan kota, taman kota, dan jalur hijau. Kalau ditanya butuh yang mana ya semuanya butuh sih mbak.”	C2.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, jenis RTH publik yang perlu dikembangkan adalah semua jenis yang menjadi kewenangan bidang pertamanan DPKP Kota Malang.	
Fungsi publik RTH	G1	“Kalo ekologis itu pasti ya mbak, karena benar kan itu utama ya. Nah setelah fungsi ekologis, kita juga mengembangkan fungsi sosial budayanya. Terutama di taman kota dan jalur hijau ya. Kecuali kalo hutan kota ini dibatasi ya fungsi sosial budayanya. ”	C3.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, fungsi RTH yang perlu dikembangkan di Kota Malang meliputi fungsi utama RTH yaitu fungsi ekologis, fungsi estetika, fungsi sosial budaya terutama pada taman kota dan jalur hijau. Karena untuk hutan kota fungsi sosial budaya dibatasi sehingga lebih dikembangkan dengan fungsi edukatif. Untuk fungsi ekonomi tidak diperbolehkan ada di dalam RTH publik di Kota Malang.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel fungsi RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Fungsi RTH yang perlu dikembangkan di Kota Malang meliputi : a. Fungsi ekologis, sebagai fungsi utama sesuai Permen PU No. 5 Tahun 2008. b. Fungsi sosial budaya terutama pada taman kota dan jalur hijau dengan minimal memberi fasilitas tempat duduk dan fasilitas lain yang mendukung fungsi sosial budaya. Untuk di hutan kota dibatasi, karena hutan kota merupakan kawasan konservasi. c. Fungsi edukatif, terutama pada hutan kota yang ditandai dengan adanya <i>signage-signage</i> berisi informasi seperti nama pohon dan cara hidup
		“Nah iya edukatif , makanya kita pasang juga tuh mbak papan-papan nama pohon dimasing-masing pohon sebagai sarana pembelajaran juga bagi pengunjung. Terus ada kaya <i>signage</i> terkait hidup sehat sehingga memberikan informasi tentang hidup sehat ke pengunjungnya.”	C3.2		
		“Nah kalo fungsi ekonomi nggak ya mbak. Karena memang tidak diperbolehkan adanya kegiatan ekonomi di dalam RTH. Tapi kalo diluar RTH itu tidak apa-apa. Kenapa? karena itu akan mengundang kekumuhan juga ada sampah ya ketidaktertiban lah intinya gitu kan”	C3.3		
		“Kalo fungsi estetika, itu penting banget mbak. Kita juga sekarang sangat memperhatikan itu. Karena dengan estetika yang bagus itu juga menjadi daya tarik visual bagi masyarakat sehingga banyak yang mengunjungi ”	C3.4		
	G2	“Pertama, fungsi ekologis itu yang menjadi utama ya mbak sesuai juga dengan yang ada di Permen PU No.5 Tahun 2008. Kemudian ada	C3.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, fungsi RTH yang perlu dikembangkan adalah fungsi	

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		fungsi sosial budaya yang tidak kalah penting. Nah fungsi sosial budaya ini pasti ada ya karena kita mengembangkan RTH publik yang merupakan fasilitas publik dan pastinya harus bisa melayani kebutuhan publik sebagai tempat berinteraksi atau bersosialisasi. Kecuali kalo hutan kota tidak perlu punya fasilitas sosial”		ekologis sebagai fungsi utama sesuai dalam Permen PU No. 5 Tahun 2008. Kemudian didukung oleh fungsi sosial budaya karena RTH merupakan fasilitas publik yang dapat melayani kebutuhan publik akan bersosialisasi, fungsi edukatif pada hutan kota dan fungsi estetika. Sedangkan untuk fungsi ekonomi tidak diperkenankan didalam RTH publik sesuai pada Perda Kota Malang No. 3 Tahun 2003 tentang Pengelolaan Taman yang saat ini sedang proses revisi.	sehat sebagai sarana pembelajaran untuk pengunjung. d. Fungsi estetika, dengan menerapkan konsep/tematik pengembangan RTH agar RTH publik memiliki daya tarik visual yang menarik sehingga banyak masyarakat yang mengunjungi. Fungsi ini dapat diterapkan pada desain <i>signage-signage</i> agar informasi yang disampaikan kepada pengunjung lebih tersampaikan.
		“Disitu misalnya fasilitas edukatif misalnya nama pohon itu kalo di Hutan Kota ya seperti itu. Nah kalo fungsi ekonomi ini kalo sifatnya PKL di dalam RTH itu tidak boleh berjualan salah satunya”	C3.2		
		“Ada perda tentang pertamanan itu Perda No. 3 Tahun 2003 tentang Pengelolaan Taman yang sekarang sedang proses revisi tapi itu masih bisa dijadikan acuan, yang mana salah satu acuannya itu dilarang untuk berjualan kecuali memang ada ruang-ruang tertentu yang dijadikan berjualan seperti souvenir kota , tapi sebenarnya semuanya itu dilarang.”	C3.3		
		“Kalo fungsi estetika ini ya penting juga kan kita bangun RTH gak asal bangun mbak, tapi memperhatikan desain konsepnya juga biar menarik bagaimana. Karena kita sudah dibantu pihak swasta untuk mengembangkan ya kita harus pergunakan sebaik mungkin dana itu untuk mempercantik RTH nya mbak”	C3.4		
Tematik pengembangan RTH publik	G1	I : Jadi di masing-masing taman ada tematiknya ya Bu? G1 : Kita usahakan begitu.	C4.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, tematik pengembangan menjadi syarat wajib dalam pengembangan RTH publik termasuk <i>signage-signage</i> dengan konsep menarik. Karena dengan konsep pengembangan RTH yang menarik bisa menjadi <i>branding</i> RTH dan menarik banyak pengunjung.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel tematik pengembangan RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Diperlukan tematik dalam pengembangan RTH publik, karena
		“ Tematik Alun-Alun , Alun-Alun itu kalo baca Malang Tempoe Dulu karya Bapak Dukut Imam Widodo Alun-Alun itu identik dengan lapangan rumput luas. Makanya gak banyak yang semak-semak gak seperti dulu sebelum di revitalisasi.”	C4.2		
		“Nah kita kembalikan ke konsep awal, Alun-Alun itu kan lapangan padang rumput bahwa ditandai bisanya beringin. ”	C4.3		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		I : Brarti seperti Taman Cerdas Trunojoyo itu ada perpustakaannya termasuk tematiknya ya Bu? G1 : Iya betul.	C4.4		selain menambah daya tarik visual RTH tematik berpengaruh pada penyediaan fasilitas didalam RTH publik. Hal ini diwujudkan dengan adanya <i>landmark</i> pada RTH, <i>signage</i> , elemen-elemen penghias yang menarik guna mendukung konsep pengembangan RTH tersebut.
		“Penting banget mbak. Karena satu, signage sebenarnya juga media sosialisasi ini taman apa. Itu juga branding ya , itu juga bisa jadi sarana kreatif untuk foto-foto.”	C4.5		
		“iya itu jadi syarat utama kita. Bahwa kita harus tematik dan harus ada signage itu wajib. ”	C4.6		
	G2	“Penting sekali mbak. Jadi taman kota di Kota Malang ini mulai dibangun berdasarkan temanya . Hal tersebut juga akan berdampak pada penyediaan fasilitas penunjang didalamnya.”	C4.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, RTH publik di Kota Malang sedang dikembangkan berdasarkan konsep tertentu karena itu akan berdampak pada desain RTH dan juga penyediaan fasilitas penunjang di dalam RTH.	
		“Penting Mbak, dari hari ke hari signage semakin penting , jadi saya pikir penanda itu selain juga memberikan informasi rupanya juga bisa menjadi daya tarik visual dari RTH publik.”	C4.2		
Jangka waktu pemeliharaan RTH publik	G1	“Makanya strategi gimana biar meminimalisir pemeliharaan? Kita ada polisi taman, petugas-petugas operatornya, itu semuanya apa? Minimize kan? Kita juga pakai <i>timer</i> loh tiap 20 menit anak-anak gentian, itu sebenarnya salah satu cara untuk itu kan mbak.”	C5.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, jangka waktu pemeliharaan RTH oleh pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR adalah selama 6 bulan setelah peresmian. Pemerintah Kota Malang telah melakukan strategi meminimalisir kerusakan komponen RTH terutama di taman kota, dengan cara adanya petugas operator didalam taman.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel jangka waktu pemeliharaan RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan fakta dilapangan, tanggung jawab pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR terkait waktu pemeliharaan RTH adalah 6 bulan pasca peresmian.
		“Ya untuk pemeliharaan ada, sesuai kelaziman proyek pekerjaan kan pemeliharaan itu 6 bulan. Jadi mereka setelah bangun, diresmikan lalu 6 bulan setelah peresmian itu menjadi tanggung jawab mereka seperti proyek yang menggunakan dana APBD.”	C5.2		
	G2	“Setau saya 6 bulan setelah diresmikan ya Mbak, mungkin bisa langsung ditanyakan ke bidang Pertamanan DPKP saja mbak yang tahu persis.”	C5.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, tanggung jawab pihak pemberi bantuan terkait waktu pemeliharaan RTH adalah 6 bulan setelah peresmian.	

INTERPRETASI :
Pemerintah Kota Malang mewajibkan pihak swasta yang telah membangun RTH publik untuk melakukan pemeliharaan yaitu selama 6 bulan setelah peresmian RTH publik dilakukan.

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
Bentuk Bantuan CSR	G1	“Pembangunan atau revitalisasi bisa dilakukan dengan struktur dana APBD, APBN ataupun CSR. Jadi saat ini sedang marak sejak Abah Anton ya menjadi walikota Malang, skema pembangunan RTH publik itu oleh CSR sangat dikedepankan oleh beliau karena memang kenyataannya APBD sangat sulit untuk dialokasikan untuk pembangunan. ”	C6.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, skema pembangunan RTH publik oleh CSR sangat dikedepankan oleh Walikota Malang, karena APBD sangat sulit dialokasikan untuk pembangunan RTH publik. Selain pembangunan, pemerintah juga memiliki tanggungan untuk memelihara RTH publik tersebut, sehingga dana APBD tidak cukup untuk menanggung keduanya.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk bantuan CSR dalam RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Pemerintah Kota Malang memiliki keterbatasan dana APBD, sehingga sulit dialokasikan untuk pembangunan RTH. INTERPRETASI : Pemerintah Kota Malang membutuhkan bentuk bantuan CSR berupa skema pembangunan RTH, meliputi pembangunan fisik taman kota, hutan kota, penataan jalur hijau atau pedestrian.
		“Nah itu beda-beda mbak yang diberi apa aja. Kalo PT. Bentoel itu yang Taman Cerdas dia ngasih DED (Detail Engineering Design) plus fisik kecuali pohon trembesi sama rumput gajah yang di dalamnya. Sama seperti Merbabu juga gitu mbak.”	C6.2		
		“Kalo yang tanaman hias di dalamnya itu Bentoel yang ngasih , tapi kalo pohon trembesi sama rumput di dalamnya itu dari sananya dulu cuma itu aja mbak.”	C6.3		
		“Iya mbak, kecuali Alun-Alun ini desainnya kita sayembarakan dulu. Kenapa? Karena Alun-Alun itu historinya kan panjang banget, aset pentingnya pemkot, sejarahnya itu panjang. ”	C6.4		
		I : Jadi belum pernah ya Bu pemerintah yang sudah memiliki desain lalu ditawarkan ke swasta? G1 : Oh kalo tipenya begitu sejauh ini belum mbak	C6.5		
		“Nah berikutnya ada yang nyumbang fasilitas penunjang di dalamnya. ”	C6.6		
	G2	“Kalo dari sisi kita yang dibutuhkan yang terpenting itu dalam hal pembangunan sih Mbak. Karena pembangunan RTH itu membutuhkan dana yang cukup besar mbak. Yang sudah ini ya langsung pembangunan fisik RTH nya aja sih mbak kan kita juga gak menerima uang gitu.”	C6.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, bentuk bantuan yang selama ini diberikan oleh pihak swasta itu berupa pembangunan fisik. Karena dari pemerintah tidak menerima bantuan dalam bentuk uang.	
		“Memang ada beberapa yang mau menyerahkan seperti Taman Kunang-	C6.2		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		Kunang itu di pasrahkan ke kami desain dan konsepnya mereka tinggal memanggil arsitek untuk menerjemahkan desain ini jadinya dalam desain ini seperti apa sih.”			
Mekanisme penyelenggaraan program CSR	G1	“Kalo itu sih yang pertama, karena yang diberikan bentuknya RTH, biasanya kita ketemuan dulu secara informal, nah karena emang ngasihnya RTH ya nanti akan diarahkan SKPD terkait yaitu Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang. Jadi itu mudahnya ya, soalnya kan Walikota suratnya juga banyak jadi ditembuskan kepada Kepala Dinas terkait dulu biar cepet...”	C7.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, mekanisme penyelenggaraan program CSR yang mudah akan membuat pihak swasta tertarik untuk terlibat kerjasama.	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk mekanisme penyelenggaraan program CSR merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Menurut pemerintah, mekanisme penyelenggaraan program CSR di Kota Malang termasuk mudah sehingga membuat pihak swasta tertarik untuk terlibat kerjasama.</p> <p>INTERPRETASI : Dalam mengembangkan program CSR dalam bentuk RTH hal yang perlu diperhatikan adalah kemudahan mekanisme kerjasama karena pihak swasta tidak tertarik jika mekanisme penyelenggaraannya dipersulit. Pemerintah juga akan menyiapkan sistem baru dalam pembuatan proposal program.</p>
	G2	“Biasanya secara informal bertemu dahulu lalu jika sepakat atau tertarik maka kami akan mengirimkan surat atau mereka yang mengirimkan surat dulu bisa jadi dua cara itu berniat mengalokasikan dana untuk Kota Malang dan kita akan membalas dengan proposal silahkan pilih yang mana lokasinya itu...”	C7.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, dalam penyelenggaraan program CSR berupa RTH publik, pemerintah akan menyiapkan sistem baru berupa membuat proposal-proposal yang siap disampaikan apabila suatu saat perusahaan ada yang membutuhkan CSR. Karena beberapa CSR juga lahir dari proses komunikasi kementerian.	
		I : Kalo dari Kota Malang sendiri belum ada Perda terkait CSR itu Pak? G2 : Belum ada Mbak..	C7.2		
		“Belum pernah dengar ya saya. CSR ini gampang-gampang susah jadi selain dari Pak Walikota kita juga mau menyiapkan sistem ya jadi memang beberapa CSR juga lahir dari proses komunikasi kementerian...”	C7.3		
Bentuk pendekatan pemerintah	G1	“Aslinya saya itu nggak tahu. Tapi <i>feeling</i> saya karena ini aja Bapak Walikota kita kan pengusaha, <i>which is</i> kalo pengusaha itu kan banyak kenalan ya. Alhamdulillah menurut saya sih pendekatan-pendekatan beliau sih menurut saya ya yang membuat orang percaya mungkin.”	C8.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, pendekatan Walikota Malang merupakan faktor utama pihak swasta tertarik untuk terlibat. Karena Walikota Malang merupakan pengusaha yang memiliki banyak kenalan dan pandai dalam hal <i>lobbying</i> . Faktor lainnya	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk pendekatan pemerintah merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Pendekatan pemerintah kepada pihak swasta dilakukan oleh Walikota Malang.</p>
		“Jadi gini pertama ada faktor Abah, Abah kita ini pergaulannya sudah dengan para	C8.2		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		pengusaha. Selain beliau kenal, mungkin <i>lobbying</i> ya.”		adalah karena beberapa petinggi swasta itu merupakan orang Malang atau pernah lama tinggal di Malang sehingga mau memberikan bantuan CSR.	INTERPRETASI : Bentuk pendekatan pemerintah menentukan jumlah swasta yang mau terlibat dalam kerjasama melalui program CSR, seperti Walikota Malang yang memiliki banyak relasi dengan beberapa pengusaha sehingga beberapa perusahaan mau terlibat dalam kerjasama.
		“Selain itu beberapa itu juga orang Malang juga atau pernah lama tinggal di Malang juga jadi mau ngasih CSR.”	C8.3		
		“Iya betul mbak. Beda banget mbak kalo yang deketin Pak Wali sama kita yang bersurat aja mbak atas nama dinas.”	C8.4		
		“Kok rasanya belum pernah ya, dari pak wali dulu baru ke sini kayaknya kenalan pak wali semua deh”	C8.5		
	G2	“Hmmm sebenarnya itu kunci utamanya ada Walikota Malang. Jadi di kami itu tidak ada mekanisme atau peraturan daerah tertentu terkait CSR itu tidak ada.”	C8.1	Menurut prefrensi Barenlitbang Kota Malang, kunci utama pendekatan pemerintah kepada swasta terletak pada Walikota Malang. Karena prinsipnya Walikota Malang merupakan pengusaha sehingga memiliki banyak relasi.	
		“Jadi prinsipnya kalo itu memang lebih kepada Walikota Malang ini pengusaha yang memang punya relasi yang cukup banyak kemudian dari situ menjalin komunikasi untuk meminta berkontribusi di Kota Malang.”	C8.2		
		“Iya mbak karena memang Abah ini banyak kenalan pebisnis juga.”	C8.3		
Kesesuaian program CSR dengan perusahaan	G1	“Tapi menurut saya sih ya beberapa sesuai aja ya mbak, cuman kalo yang Bentoel itu juga gak tau sih ya mereka itu perusahaan rokok harusnya ya tidak membuat taman karena agak bertentangan ya kan di dalam taman tidak boleh merokok juga tetapi yang memberi CSR merupakan perusahaan rokok.”	C9.1	Menurut Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, kesesuaian program CSR terhadap tujuan/sasaran pihak swasta (pihak pemberi CSR) itu perlu.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel kesesuaian program CSR dengan perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Dalam memilih pihak swasta, Pemerintah Kota Malang harus mempertimbangkan kesesuaian program pemerintah dengan tujuan, visi dan misi serta bidang program CSR dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki bidang CSR lingkungan atau
		“Yang harusnya perlu sih mbak, jadi seperti Taman Merbabu itu ya yang jadi sasaran tamannya kan keluarga lalu mereka sebagai perusahaan yang memproduksi produk yang biasanya digunakan untuk keluarga yaitu Nivea dan Hansaplast jadi tepat sasaran ya.”	C9.2		
	G2	“ya sebaiknya perlu ya, agar sesuai gitu jadi perusahaan yang memberi itu perusahaan	C9.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, perlu adanya	

Variabel		Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
			Transkrip	Kode	Hasil	
			apa sasaran konsumennya siapa terus CSR nya ya kalo bisa sesuai sasaran konsumennya itu.”		kesesuaian program CSR dengan sasaran dari perusahaannya.	pelestarian alam dapat memberikan bantuan berupa pengembangan RTH publik.
Bentuk insentif kerjasama	G1	“Sebenarnya tidak ada insentif apa-apa ya , namun kalo menurut asas kepatutan ya mereka kami beri penghormatan. Penghormatan yang seperti apa? Yaitu seperti plakat yang ada di dalam taman yang bisa mbak temukan di Taman Cerdas Trunojoyo contohnya...”	C10.1	Menurut Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, sebagai bentuk terima kasih, pemerintah memberikan sebuah plakat yang didirikan didalam RTH yang dikembangkan melalui program CSR.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk insentif kerjasama merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Karena berdasarkan fakta dilapangan, sebagai bentuk apresiasi Pemerintah Kota Malang memberikan sebuah plakat yang berisi informasi nama RTH publik yang dibangun dan nama perusahaan yang memberi bantuan CSR. INTERPRETASI : Bentuk insentif kerjasama itu perlu diberikan kepada pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR, karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk apresiasi Pemerintah Kota Malang kepada pihak swasta tersebut. Untuk bentuk insentif kerjasama lain selain plakat tergantung pada perjanjian kerjasama antara kedua belah pihak.	
		“Iya mbak, itu pun mereka bersurat loh minta kepada Walikota bahwa kami memasang dengan nilai sekian dan berhubung kami telah memberikan CSR mohon berkenan untuk peninjauan tarifnya.”	C10.2			
		“Lalu yang kedua pasti kita dahulukan apabila mereka ingin mengadakan acara di RTH yang mereka bangun. ”	C10.3			
		“Oh maksudnya di awal? Oh tidak boleh, pasti setelahnya. ”	C10.4			
	G2	“Insentif apa ya, ya paling sebagai bentuk penghormatan aja kita kasih plakat terima kasih kepada siapa gitu ya yang menunjukkan bahwa ini didedikasikan dari perusahaan ini. ”	C10.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, sebagai bentuk penghormatan pemerintah memberikan plakat yang didedikasikan kepada perusahaan pemberi bantuan CSR. Untuk bentuk insentif lain, pihak swasta dapat membuat surat permohonan langsung kepada Walikota Malang.		
		“Iya gitu aja plakat aja, bahkan Bentoel itu gak boleh beriklan karena taman sama sekali tidak boleh ngerokok. ”	C10.2			
		“Nggak mbak, tetap membayar kok mbak. Sesuai dengan ininya. Diskonnya sebenarnya sudah ketika mereka memasang itu mbak. Karena memang misalnya taman itu misalnya sebenarnya ukurannya seberapa tapi sebenarnya intinya semua itu sama, semua harus bayar.”	C10.3			
		“Hmm.. Apa ya? Ya misal ingin insentif apa gitu seperti keringanan pembayaran pajak misalnya itu bisa membuat surat permohonan kepada Walikota. ”	C10.4			

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
Dampak program CSR terhadap perusahaan	G1	"Iya senang mereka melihat banyak pengunjung tamannya. Mereka kan mantau juga, lihat dari instagram. Happy lah mereka"	C11.1	Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang beranggapan bahwa terdapat kepuasan tersendiri bagi pihak swasta apabila RTH yang dibangun banyak dikunjungi masyarakat. Semakin besar skala perusahaan akan semakin tidak peduli dengan <i>branding</i> , seperti perusahaan rokok yang <i>brandingnya</i> dibatasi.	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel dampak program CSR terhadap perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang.</p> <p>INTERPRETASI :</p> <p>Dengan adanya nama perusahaan didalam RTH publik maka akan berdampak pada meningkatnya reputasi atau citra perusahaan di mata masyarakat dan dapat berdampak pula pada bisnis perusahaan.</p>
		"..saya yakin kok semakin besar skala perusahaan mereka akan semakin gak peduli dengan branding terus jangan lupa juga dia itu perusahaan rokok, yang sekarang dibatasi banget kan brandingnya..."	C11.2		
	G2	"Hmm apa ya? Ya mungkin lebih ke reputasi mereka yang sudah memberi CSR sih mbak. Kan dengan mereka membangun RTH itu jadi masyarakat tahu siapa yang membangun, reputasi mereka jadi naik di mata masyarakat"	C11.1	Barenlitbang Kota Malang beranggapan bahwa dengan swasta membangun RTH melalui CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan tersebut di mata masyarakat.	
Ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik	G1	"saya yakin kok semakin besar skala perusahaan mereka akan semakin gak peduli dengan branding terus jangan lupa juga dia itu perusahaan rokok, yang sekarang dibatasi banget kan brandingnya."	C12.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, untuk pemasangan nama perusahaan dibebepa <i>spot</i> dalam RTH diperbolehkan, namun jika memasang nama produk perusahaan akan dikenakan pajak reklame.	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan media promosi perusahaan merupakan variabel yang tidak berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Fakta dilapangan, beberapa RTH ada yang diperbolehkan untuk memasang reklame dan pihak swasta tetap membayar pajak. Namun, semakin ke sini pemerintah kurang merekomendasikan adanya media promosi di dalam RTH publik.</p>
		"Ada pajak reklamennya karena itu kan nama produk. Seperti Bentoel itu, mbak tahu yang sentra PKL di luar Taman Cerdas Trunojoyo? Itu diatapnya kan ada tulisan-tulisan Dunhill nya, itu mereka bayar tapi mereka mendapat diskon."	C12.2		
		"Kalo BRI itu di beberapa spotnya ada tulisan BRI Pedulinya dan beberapa fasilitas juga berwarna biru-orange seperti warna <i>coorporatennya</i> ."	C12.3		
		"Intinya semakin ke sini kita tidak merekomendasikan sih. Kita harus ingat jasa beliau membangun taman memberikan kemudahan beliau dalam pemasangan iklan iya tapi semangatnya makin ke sini makin tidak direkomendasikan."	C12.4		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
	G2	“Ada ada, Perdanya saya lupa nomor berapa tentang reklame itu ada mbak. Termasuk rincian biayanya itu berapa.”	C12.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, terdapat ketentuan pemasangan reklame didalam RTH publik. Untuk perjanjian pemasangan reklame terpisah dengan perjanjian kerjasama CSR.	
		“Iya itu perjanjiannya sendiri-sendiri . Dia perjanjian kontribusi CSR ya CSR saja. Kemudian memang ada dilampirkan ada mereka berkegiatan di sana tapi kegiatannya bukan kegiatan terkait iklan.”	C12.2		
Keterlibatan masyarakat dalam program CSR	G1	“...cuma tokoh masyarakat seperti lurah dan camat setempat, lalu akademisi seperti para dosen UB, IAI (Ikatan Arsitek Indonesia), komunitas tapi kalo komunitas jarang ya”	C13.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan Kota Malang, dalam merencanakan program CSR perlu melibatkan masyarakat. Masyarakat yang terlibat adalah lurah, camat setempat, akademisi, dan ikatan ahli profesi.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel keterlibatan masyarakat merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam perencanaan program CSR masih kurang maksimal, karena adanya keterbatasan waktu sehingga tidak terlalu banyak ruang diskusi. INTERPRETASI : Pemerintah Kota Malang lebih mengoptimalkan pelaksanaan FGD dengan masyarakat yaitu dengan mengundang tokoh masyarakat, masyarakat sekitar yang merupakan target dari pengunjung RTH, LSM, dan akademisi untuk meminimalisir adanya konflik serta terwujudnya pengembangan RTH yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
	G2	“Yang paling penting sebenarnya itu aspirasi masyarakat yang akan memanfaatkan, bisa masyarakat sekitar maupun masyarakat yang menjadi segmen tematik dari taman yang akan dibangun.”	C13.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, aspirasi masyarakat sangat penting dalam perencanaan program CSR terutama masyarakat yang akan memanfaatkan RTH tersebut.	
		“Ada, tapi saya pikir belum terlalu maksimal ya , karena memang CSR itu waktunya dikejar-kejar biasanya. Ini kan CSR kan ya.”	C13.2		
		“CSR itu dikejar-kejar jadi seringkali mereka sudah datang dengan desain diberi masukkan oke tapi tidak terlalu banyak ruang sebenarnya untuk diskusi.”	C13.3		
Ketersediaan media publikasi program CSR	G1	“Kita juga setiap ada progress apa kita upload ke facebook sama websitenya DPKP Kota Malang ya jadi masyarakat juga bisa lihat dan memberi masukan.”	C14.1	Menurut preferensi Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang, adanya media sosial sebagai media publikasi, penting agar masyarakat dapat melihat informasi terkait program CSR dan memberi masukan.	Didasarkan pada kombinasi hasil kedua responden, dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan media publikasi program CSR merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Fakta dilapangan

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
	G2	“Tya ada bisa diakses langsung ke websitenya DPKP aja mbak atau nggak Facebook nya. Disitu masyarakat bisa mengakses dan bisa memberikan masukan juga.”	C14.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, media sosial sebagai media publikasi penting agar masyarakat dapat memberi masukan.	menunjukkan bahwa program-program CSR berupa RTH telah dipublikasi pada website dan juga <i>facebook</i> DPKP Kota Malang. INTERPRETASI : Perlu pengoptimalan media publikasi program CSR, karena berfungsi untuk menjangkau aspirasi masyarakat, dengan cara jika ada proyek baru pemerintah dapat meng- <i>upload</i> konsep dan desainnya, sehingga masyarakat dapat memberikan masukan.
Variabel Tambahan					
Kesesuaian dengan tata ruang	G1	Tidak berpendapat	-	-	-
	G2	“...kesesuaian dengan tata ruang itu yang paling penting. Karena itu susah ya mbak, kadang CSR itu asal membangun saja gitu ya.”	T1.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, kesesuaian pengembangan RTH dengan tata ruang yang berlaku itu sangat penting karena pengembangan melalui program CSR ini tidak boleh asal membangun saja.	Didasarkan pada salah satu responden, dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel tambahan yaitu variabel kesesuaian dengan tata ruang merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Pemerintah Kota Malang mewajibkan pengembangan RTH publik melalui program CSR yang dilakukan harus sesuai dengan aturan tata ruang yang berlaku.
Pengadaan lahan baru	G1	Tidak berpendapat	-	-	-
	G2	“Kemudian variabel lain adalah kita harus melebarkan dari sisi kuantitas mbak. Jadi RTH publik yang CSR itu sebagian besar dibangun di tanah yang awalnya memang sudah taman. Jadi dari sisi penambahan jumlah luasan itu jadi tidak banyak. Padahal kita butuh taman-taman baru bukan hanya merevitalisasi taman.”	T2.1	Menurut preferensi Barenlitbang Kota Malang, pengadaan lahan baru masih sangat sulit. Saat ini banyak RTH yang dibangun dengan merevitalisasi bukan dari lahan kosong. Sehingga diperlukan RTH publik baru yang bukan dari revitalisasi.	Didasarkan pada salah satu responden, dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel tambahan yaitu variabel pengadaan lahan baru merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan fakta dilapangan, program

Variabel	Stakeholder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		"Iya kalo revitalisasi terus kan ya taman yang sudah ada gitu kan ya."	T2.2		<p>CSR yang telah dilakukan mayoritas adalah berupa revitalisasi. Maka dari itu, Kota Malang memerlukan pengembangan RTH publik dari lahan-lahan baru sehingga dapat menambah dari segi kualitas dan kuantitas.</p> <p>INTERPRETASI : Pemerintah Kota Malang harus melakukan pemetaan lahan-lahan potensial untuk dapat dikembangkan menjadi RTH publik terutama pada daerah pinggir kota seperti Kecamatan Sukun, Blimbing, dan Kedung Kandang.</p>
		"Iya makanya sebenarnya bagian dari misalnya pemerintah itu sulit mengadakan lahan. Sebenarnya swasta itu bisa membeli lahan kemudian diserahkan ke pemerintah."	T2.3		

Sumber : Survey Primer, 2017

Keterangan :

- G1 : Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang
G2 : Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Kota Malang

4.2.1.2 Penentuan Kebutuhan Pengembangan RTH Publik Berdasarkan Preferensi Pemerintah Kota Malang Melalui Program CSR

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dari *Content Analysis*, yaitu narasi. Tahapan ini merupakan hasil dari proses *Content Analysis* yang berisi jawaban dari sasaran 1 penelitian ini yaitu identifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang melalui program CSR. Dalam penentuan pengaruh suatu variabel, peneliti menggunakan unit analisis dengan maksud yang sama dan alasan yang dikemukakan oleh responden yang telah ditentukan dari analisis *stakeholder* sebelumnya. Variabel-variabel yang telah disepakati berpengaruh oleh setiap responden, akan mutlak menjadi faktor kebutuhan yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR. Sedangkan variabel yang hanya disepakati oleh salah satu responden, akan dilihat kekuatan pernyataan responden yang menganggapnya berpengaruh apabila dilihat tidak signifikan akan dihapus begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan uraian pemahaman data terhadap variabel pada **Tabel 4.16**, terlihat bahwa terdapat 13 variabel yang merupakan kebutuhan pengembangan RTH publik dari preferensi Pemerintah Kota Malang, meliputi **lokasi RTH publik, jenis RTH publik, fungsi RTH publik, tematik pengembangan RTH publik, jangka waktu pemeliharaan RTH publik, bentuk bantuan CSR, mekanisme penyelenggaraan program CSR, bentuk pendekatan pemerintah, kesesuaian program CSR dengan perusahaan, bentuk insentif kerjasama, dampak program CSR terhadap perusahaan, keterlibatan masyarakat, dan ketersediaan media publikasi program CSR**. Sedangkan untuk 1 variabel yaitu variabel ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik dikatakan bukan merupakan kebutuhan. Selain itu didapatkan 2 variabel tambahan yaitu kesesuaian dengan tata ruang dan pengadaan lahan baru.

4.2.2 Mengidentifikasi Kebutuhan Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Pihak Swasta Melalui Program CSR

Dalam menjawab sasaran 2 ini, sama dengan menjawab sasaran 1, teknik analisis *Content Analysis* merupakan teknik yang digunakan dalam menganalisis hasil wawancara dengan responden. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan teknik *In-depth interview* dan dilakukan kepada 3 responden dari kelompok swasta (*private*) hasil analisis *stakeholder* yang telah dilakukan sebelumnya. Wawancara yang dilakukan secara semi terstruktur ini dilakukan untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan preferensi dari kelompok swasta melalui program CSR.


4.2.2.1 Pemahaman Data dari Hasil *In-Depth Interview* Kelompok Swasta (*Private*)

Untuk dapat menganalisis guna menjawab sasaran 2 yaitu identifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi swasta, perlu dilakukan pemahaman data dari setiap variabel penelitian yang diajukan kepada *stakeholders*. Dimana jumlah *stakeholder* meliputi 3 responden yang terdiri atas :

a. Responden 1 (P1)

Responden 1 (P1) merupakan *stakeholder* pertama yang berasal dari Bank BRI Kanwil Malang. Bidang yang terpilih adalah Bidang Bisnis Program dan Kemitraan yang merupakan bagian dalam struktur organisasi Bank BRI yang menangani pelaksanaan program CSR berupa revitalisasi Alun-Alun Merdeka Kota Malang. Responden dipilih karena merupakan pihak yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR dan memiliki kapabilitas dalam menjawab pertanyaan penelitian dari peneliti. Berikut merupakan biodata dari Responden 1 (P1) dari kelompok swasta yang telah diwawancarai.

Tabel 4. 17 Biodata Responden 1 (P1)

Kelompok Stakeholder	Swasta (<i>Private</i>)	
Lembaga/ Instansi	Bank BRI Kanwil Malang	
Nama	Darmawan Bambang	
Jabatan	Kepala Seksi Bisnis Program dan Kemitraan	

Sumber : Survey Primer, 2017

b. Responden 2 (P2)

Responden 2 (G2) merupakan responden kedua yang berasal dari PT. Patra Jasa yang merupakan anak perusahaan dari PT. Pertamina. Untuk CSR dari PT. Pertamina ini sendiri biasa ditangani juga bersama anak perusahaannya, yang salah satunya adalah PT. Patra Jasa. PT. Patra Jasa memiliki 2 program CSR yang meliputi CSR yang berasal dari induk perusahaan yaitu PT. Pertamina dan CSR internal PT. Patra Jasa. Bidang CSR yang berasal dari induk perusahaan adalah bidang lingkungan, kesehatan dan pendidikan. Bidang yang terpilih adalah Humas yang merupakan bagian dalam struktur organisasi PT. Patra Jasa yang menangani pelaksanaan program CSR. Responden dipilih karena merupakan perusahaan memiliki bidang CSR lingkungan seperti pengembangan RTH, sehingga memiliki kapabilitas dalam menjawab pertanyaan penelitian dari peneliti. Berikut merupakan biodata dari Responden 2 (P2) dari kelompok swasta yang telah diwawancarai.

Tabel 4. 18 Biodata Responden 2 (P2)

Kelompok Stakeholder	Swasta (<i>Private</i>)	Dokumentasi : -
Lembaga/Instansi	PT. Patra Jasa	
Nama	Mulia Prabowo	
Jabatan	Humas	

Sumber : Survey Primer, 2017

c. Responden 3 (P3)

Responden 3 (G3) merupakan responden ketiga yang berasal dari PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim. Bidang yang terpilih adalah Bidang *Community Development Center* (CDC) yang merupakan bagian dalam struktur organisasi PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim yang menangani pelaksanaan program CSR. Responden dipilih karena merupakan perusahaan yang memiliki bidang CSR lingkungan seperti RTH publik dan pernah memberikan bantuan CSR berupa revitalisasi Taman Bungkul Surabaya, sehingga memiliki kapabilitas dalam menjawab pertanyaan penelitian dari peneliti. Berikut merupakan biodata dari Responden 3 (P3) dari kelompok swasta yang telah diwawancarai.

Tabel 4. 19 Biodata Responden 3 (P3)

Kelompok Stakeholder	Swasta (<i>Private</i>)	
Lembaga/ Instansi	PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim	
Nama	M. Samsuri	
Jabatan	Officer Program Kemitraan <i>Community Development Center</i>	

Sumber : Survey Primer, 2017

Pada **Tabel 4.20** di bawah ini akan menjelaskan tahapan pemahaman data yang menghasilkan suatu kesimpulan mengenai kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan variabel penelitian. Dalam proses pemahaman data akan dilihat pendapat masing-masing responden, kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan dari berbagai pendapat tersebut.

Tabel 4. 20 Pemahaman Data Variabel Penelitian Menurut *Stakeholder* dari Kelompok Swasta

Variabel		Stakeholder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
			Transkrip	Kode	Hasil	
Lokasi publik	RTH	P1	I : hmm oh iya iya.. berarti kalo pertimbangan lokasinya disitu ya itu dari pemkotnya sendiri ya? P1 : iya pemkot, pemkot.	C1.1	Menurut preferensi BRI, lokasi program CSR tidak terlalu diprioritaskan BRI. Karena BRI selalu melakukan kegiatan CSR berdasarkan proposal program yang masuk.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi RTH publik melalui program CSR merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Dalam menentukan lokasi program CSR, pihak swasta mempertimbangkan berdasarkan konsep yang menarik, kesesuaian anggaran biaya yang dibutuhkan dengan kemampuan pihak swasta serta dampak yang akan dirasakan oleh masyarakat.
			I : Bukan dari BRI pingin milih dimana? P1 : Bukan	C1.2		
			“Ya tergantung dulu dong, bentuknya seperti apa dan anggaran dananya berapa dan apakah berdampak pada masyarakat sekitar atau tidak”	C1.3		
			I : Jadi kalo semisal lokasinya nggak di pusat kota nggak papa ya pak? P1: Gak ada masalah	C1.4		
	P2	“... mengutamakan yang terdekat dari unit bisnis kita, begitu arahannya, karena kan gak mungkin juga kan kita ee ngasih CSR yang jauh-jauh dari unit bisnis kita tapi sementara terdekat dari apa unit bisnis kita pun ada yang membutuhkan gitu.”	C1.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, dalam menentukan lokasi program CSR perusahaan ini mengutamakan yang terdekat dengan unit bisnis (<i>ring area</i>) sesuai arahan perusahaan. Namun, jika ada proposal program CSR bukan dari daerah terdekat unit bisnis dapat dipertimbangkan dengan catatan program yang ditawarkan menarik dan mendapat persetujuan dari PT. Pertamina sebagai induk perusahaan.		
		“... jadi Patra Jasa ngasih dana untuk melaksanakan CSR itu, sedangkan dari arahan Patra Jasa itu terdekat, daerah ringnya dulu. Kita kan nggak mungkin ngasih yang jauh-jauh sedangkan daerah ringnya itu sedang membutuhkan.	C1.2			
		“Dalam menentukan lokasi untuk program CSR, program CSR yang kita bangun kita harus melihat dulu kondisi sekitarnya gitu, apakah dampak ke masyarakatnya baik atau justru malah kan sekarang tuh banyak.”	C1.3			
		“Hmm balik lagi ke apa yang saya bilang tadi, kalo awal itu program menarik, menarik dalam arti sesuai dengan identitas perusahaan kita bisa ikut. Tapi balik lagi dengan syarat ringnya itu Mbak. Kita kan sebagai anak perusahaan pertamina tetap laporan, kita gak bisa seenaknya ngadakan CSR, harus ada izin dari atas. Kalo misalkan pemerintah mengajukan dan kalo pertaminanya OK, kita pasti ikut.”	C1.4			

Variabel	Stakeholder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
Jenis publik	RTH	I : Berarti meskipun misalnya bukan ringnya pak ya tapi kalo memang menarik dan dari Pertamina juga OK, berarti bisa Pak ya? P2 : Bisa	C1.5		
		P3 “Nah ya itu saya juga, ya itu tadi yang saya bilang tadi, baru pertama kali jadi apa, acuannya tuh mungkin e ini ya e tergantung dari user (pemohon) gitu kan ”	C1.1	Menurut preferensi PT. Telkom, dalam menentukan lokasi program CSR, perusahaan tidak memiliki kriteria khusus. Karena dalam menentukan lokasinya, Telkom menentukan berdasarkan pemohon mengajukan lokasi yang mana.	
	RTH	P1 “Kalo aku sendiri, pribadi. Lebih seneng nyumbang pohon. Karena nggak ribet. ”	C2.1	Menurut preferensi BRI, jenis RTH publik yang dipilih untuk dikembangkan melalui program CSR adalah taman kota. Karena pertanggung jawabannya lebih mudah dibandingkan memberikan bantuan berupa pohon.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel jenis RTH publik melalui program CSR merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan hasil ketiga responden, dua responden memilih mengembangkan taman kota.
		“ Jadi intinya kita butuh <i>feedback</i> sih mbak kalo nyumbang pohon itu. Bedanya ketika misalkan Alun-Alun gitu ya. Alun-Alun setelah kami serahkan kan kami sudah nggak berhak lagi nih, cuma kami masih bisa lihat.. lho barangnya masih ada.. nah itu kan beda. ”	C2.2		
		“Iya, dibandingin. Cuman ya kalo untuk pertanggungjawaban sama itu, lebih enak yang taman walaupun lebih ribet gitu. ”	C2.3		
	RTH	P2 “ Jalur hijau nya sih mbak.”	C2.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, jenis RTH publik yang dipilih untuk dikembangkan melalui program CSR adalah jalur hijau karena PT. Patra Jasa merupakan perusahaan property dan perhotelan, sehingga jenis RTH publik yang memungkinkan dekat dengan lokasi usaha adalah jalur hijau.	INTERPRETASI : Jenis RTH publik yang lebih dipilih oleh pihak swasta untuk dikembangkan melalui program CSR adalah taman kota karena lebih mudah untuk dipertanggungjawabkan.
		P3 “Kalo untuk RTH ini karna kita baru satu kali aja yang Taman Bungkul itu, jadi kita lebih memilih taman”	C2.1	Menurut preferensi PT. Telkom, jenis RTH publik yang dipilih untuk dikembangkan melalui program CSR adalah taman kota karena perusahaan ini baru sekali	
	RTH				
	RTH				

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
				mengembangkan RTH publik yaitu taman kota.	
Fungsi RTH publik	P1	“Hmmm.. mungkin fungsi ekologis ya mbak karena kan memang RTH untuk pelestarian alam dan memberikan produksi oksigen di kota, kemudian fungsi sosial budaya sih mbak karena kan ini untuk publik jadi harus ada fungsi sosialnya.”	C3.1	Menurut preferensi BRI, fungsi RTH publik yang harus dikembangkan adalah fungsi ekologis dan fungsi sosial budaya.	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel fungsi RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang.</p> <p>INTERPRETASI :</p> <p>Fungsi RTH publik yang harus dikembangkan adalah :</p> <p>a. Fungsi ekologis, karena RTH berfungsi untuk pelestarian alam, memberikan produksi oksigen kota, dan untuk penyerapan air hujan pada suatu kota.</p> <p>b. Fungsi sosial budaya, karena RTH merupakan fasilitas publik yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bersosialisasi dan berinteraksi sehingga perlu disediakan fasilitas sosial budaya yang mendukung.</p>
	P2	“Fungsinya ya banyak, bisa buat penyerapan daerah kota tersebut kan. Termasuk juga semakin banyak oksigen kalo semakin banyak ruang hijaunya kan.”	C3.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, fungsi RTH publik yang harus dikembangkan adalah fungsi ekologis.	
	P3	Tidak Berpendapat	-	-	
Tematik pengembangan RTH publik	P1	“Ya perlu mbak, jadi kita bisa tahu konsepnya bagaimana dan mau mendesain seperti apa. Kan nantinya kita yang mendesain baru sharing ke pemerintah ini nanti diganti apa kurang apa gitu lewat diskusi. Karena kalo konsep dan desainnya bagus juga akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat kan mbak.”	C4.1	Menurut preferensi BRI, tematik pengembangan RTH publik itu penting karena akan berpengaruh pada desain RTH. Karena dari kerjasama sebelumnya, pihak swasta yang berperan dalam mendesain RTH	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel konsep pengembangan RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan fakta dilapangan, desain pengembangan RTH itu dilakukan oleh pihak swasta, sehingga jika tidak ada konsep pengembangan, maka pihak swasta</p>
	P2	“Iya mbak perlu dari situ kan kita tahu mau dibangun seperti apa, lalu kalo memang konsepnya menarik ya kita pasti bisa rekomendasiin ke Pertamina dulu sebagai induk perusahaan kita kan. Selain itu nantinya kalo sudah jadi konsep bagus itu kan bisa	C4.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, konsep pengembangan RTH yang menarik itu sangat perlu, karena hal ini menjadi pertimbangan perusahaan apabila memberikan bantuan CSR. Selain itu, konsep	

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		menjadi identitas sih Mbak kalo saya, istilahnya <i>iconic</i> dari RTH itu sendiri.”		yang menarik dapat menjadi <i>icon</i> atau identitas bagi RTH yang dikembangkan.	<p>tidak ada acuan untuk mendesain RTH.</p> <p>INTERPRETASI : Diperlukan inisiasi tematik dan desain awal pengembangan RTH publik dari pemerintah agar pihak swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR dan sebagai acuan pihak swasta dalam mengembangkan RTH publik. Kemudian dapat dilakukan untuk fiksasi desain dapat dilakukan <i>sharing design</i> antara pemerintah dengan swasta agar pengembangan RTH tersebut sesuai dengan keinginan kedua belah pihak.</p>
	P3	“Desain <i>sharing</i> ”	C4.1	Menurut preferensi PT. Telkom, untuk desain itu bisa <i>sharing</i> dengan pemerintah dan intinya dalam desain itu harus memuat produk pihak swasta dan pemerintahnya.	
		“Tya bareng, yang intinya desain itu produk Telkom juga tampak, dari pemkot juga tampak, dua duanya harus tampak semua itu, jadi desain bareng.”	C4.2		
Jangka waktu pemeliharaan RTH publik	P1	“Kami kemarin kan dari hasil yang setelah kami berikan, kami masih punya kontrak kurang lebih 6 bulan setelah proses pembangunan. Itu masih tanggung jawab dari ini sih.”	C5.1	Menurut preferensi BRI, waktu pemeliharaan RTH oleh BRI mengikuti ketentuan dari pemerintah yaitu dengan kontrak selama 6 bulan setelah proses pembangunan.	<p>Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel jangka waktu pemeliharaan RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan fakta dilapangan, tanggung jawab pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR terkait waktu pemeliharaan RTH adalah selama 6 bulan pasca proses pembangunan.</p> <p>INTERPRETASI : Diperlukan kesepakatan antara kedua belah pihak terkait jangka waktu pemeliharaan RTH yang ditanggung jawabkan kepada pihak swasta setelah proses pembangunan selesai.</p>
	P2	“Oh kalau di Malang 6 bulan pasca peresmian ya? Ya kami mengikuti kesepakatan saja dengan pemerintah mbak. Kalau memang aturannya 6 bulan pasca peresmian ya mengikuti saja.”	C5.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, untuk waktu pemeliharaan RTH mengikuti kesepakatan dengan pemerintah.	
	P3	“Hmm kalo itu sih sesuai kesepakatan mbak sama pemerintah itu bagaimananya”	C5.1	Menurut preferensi PT. Telkom, waktu pemeliharaan RTH oleh Telkom sesuai kesepakatan dengan pemerintah.	
Bentuk Bantuan CSR	P1	“Alasannya memilih Alun-Alun kenapa sih? Karena ada permohonan dari Pemkot. Jadi bukan kita yang	C6.1	Menurut preferensi BRI, bentuk bantuan CSR dalam RTH publik	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		memilih, mbak. Jadi inisiasi pembangunan, inisiasi proyek itu sebenarnya idenya Alun-Alun dari pemkot”		yang diberikan berdasarkan kebutuhan dari proposalyang masuk ke perusahaan. Karena BRI memiliki kendala waktu jika melakukan program CSR atas dasar inisiatif perusahaan. Sehingga program CSR yang selama ini berjalan hampir semua berdasarkan proposal.	bahwa variabel bentuk bantuan CSR dalam RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan fakta dilapangan, pihak swasta memberikan bantuan CSR berdasarkan proposal yang masuk ke perusahaan. INTERPRETASI : Pihak swasta memberikan bantuan CSR berdasarkan kebutuhan didalam proposal yang masuk ke perusahaan. Jika program yang diajukan menarik dan anggaran biaya sesuai dengan kemampuan dari pihak swasta, maka pihak swasta bersedia untuk memberikan bantuan CSR.
		“Ya kurang lebih 5,9 M berapa gitu”	C6.2		
		“Aku di pembangunannya. Jadi proses pembangunan itu dilakukan oleh rekanan BRI ”	C6.3		
		“Iya cuman yang kemarin yang baru-baru itu kan sudah ditambahin sama pemkot . Jadi kemarin ee... taman bermain itu kan diganti tuh.”	C6.4		
		I : Berarti yang BRI lebih ke seluruh pembangunan, vegetasinya, bangku-bangku, kayak gitu-gitu itu? P1 : Iya mbak benar itu	C6.5		
		“Ya...fifty-fifty lah, 50% -an. Jadi kita yang karena kalo kita yang melaksanakan sendiri kadang kita terkendala waktu. ”	C6.6		
		“Bahwa kita pengen memberikan sesuatu yang istilahnya lebih berjangka panjang dan bisa dilihat . Kita sebenarnya tiap tahun sih, kita nyumbang pohon, kita nyumbang ini ya, itu memang ada di, di .. kegiatan kita tahunan. Cuman yang dalam bentuk yang langsung dalam bentuk <i>phisicly</i> kelihatan gitu kan ya mungkin baru Alun-Alun.”	C6.7		
	P2	“Kalau dari perusahaan dari program-program yang sudah kita jalanin, yang pertama lihat anggarannya ya Mbak, jadi kita bisa ikut program yang lebih kuat, yang lebih gedhe gitu. Sebenarnya untuk menentukan lokasi atau jenis bantuan kita terlebih dahulu melakukan <i>social mapping</i>. ”	C6.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, lokasi dan jenis bantuan CSR yang diberikan berdasarkan kesesuaian anggaran dan hasil <i>social mapping</i> sehingga bantuan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar.	
		I : Berarti kalo misalnya yang RTH itu tergantung dari anggaran yang dibutuhkan ya pak ya? P2 : Iya	C6.2		
	P3	“...ajukan aja dulu proposal itu, nanti kan kalo mau diacc kan nanti juga ada...ada usulan usulan dari Telkom untuk saya pengennya seperti ini nih, atau mix atau apa kan gitu aja.”	C6.1	Menurut preferensi PT. Telkom, untuk bentuk bantuan CSR yang diberikan tergantung pada kebutuhan proposal yang masuk ke perusahaan. Sedangkan untuk	
		“Heeh tergantung kebutuhan, kalo untuk apa misalkan yang sesuai dengan produk.”	C6.2		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		“ya kita mungkin bantu ya bantu ini e biaya, untuk desainnya ya itu tadi bisa kolaborasi.”	C6.3	hal desain bisa <i>sharing</i> ide antara kedua belah pihak.	
Mekanisme penyelenggaraan program CSR	P1	“Naaah... akhirnya pada saat omong-omongan sama wadir kami pada saat itu Pak Mardi, akhirnya yaudah lah kita coba bantu, cuman berapapun nilainya kita belum tahu. Ya kan beberapa kali ketemuan, masuk sinkronisasi gambar . Makannya gambar yang kemarin pertama menang itu tidak bisa secara otomatis jadi. Karena ada beberapa yang harus disesuaikan.”	C7.1	Menurut preferensi BRI, untuk mekanisme penyelenggaraan program CSR dilakukan dengan: a. Adanya proposal kegiatan yang dikirimkan kepada BRI khususnya bagian logistik untuk dilakukan penilaian kelayakan program. b. Jika lolos penilaian kelayakan maka akan diajukan ke pusat. c. Jika disetujui maka dilakukan pertemuan untuk masuk ke tahap sinkronisasi gambar (desain).	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk mekanisme penyelenggaraan program CSR merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Program CSR yang dilakukan oleh pihak swasta harus mendapat persetujuan dari bagian pusat. Untuk itu setiap pengajuan program CSR yang masuk ke perusahaan harus dilakukan penilaian kelayakan agar dapat direkomendasikan ke pusat untuk mendapat persetujuan. Agar perusahaan tertarik, maka diperlukan proposal yang jelas dan menarik.
		“heem... Ya kan masalah itu kewenangannya di pemkot . Aku kan cuma membangunin aja.”	C7.2		
		“Aku kan bisa nunjuk kontraktor mbak. Nunjuk kontraktor ini kemudian dari pemkot mintanya pohonnya ini .. ini ... ini... gitu kan. jenis rumputnya ini gitu kan. nanti kan tanggungjawabnya kontraktor. Nah kontraktornya dianggep sama pemkotnya nggak-kurang bertanggungjawab terhadap proses perawatan kan aku tinggal minta tak anu aja kan.. <i>tak dendo opo piye</i> gitu kan.”	C7.3		
		“Lho kan kita ajukan dulu, ketentuannya bukan di kita. Jadi ketika itu sudah masuk ada permohonan. Kemudian komitmen aja, istilahnya kita cuma komitmen.”	C7.4		
		“Nggak ada, kita ngikutin kantor pusat . Karena yang berhak untuk mengeluarkan CSR itu sebenarnya kantor pusat. Kami yang mengusulkan dan Kanwil tugasnya hanya melakukan penilaian dan rekomendasi.”	C7.5		
		“Cuma ngajukan proposal aja. Dari proposal itu bagian logistik . Kalo kemarin bagian saya, sekarang bagian logistik. Itu dilakukan penilaian, kelayakan, proposal tadi baru kita ajukan ke pusat. Di kantor pusat dinilai lagi. ”	C7.6		
	P2	“Kebijakan khusus banyak Mbak, misal harus dapat ijin dari kantor pusatnya (Pertamina) . Ya itu sih kalo khususnya.”	C7.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, mekanisme penyelenggaraan program CSR meliputi : a. Pengajuan proposal program kepada Humas PT. Patra Jasa kemudian diajukan ke PT.	
		“Di kita belum, biasanya yang ngurus Humas mbak, humas itukan kalao di Patra di bawah naungan sekretaris perusahaan. ”	C7.2		

Variabel	Stakeholder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
				<p>Pertamina sebagai induk perusahaan PT. Patra Jasa.</p> <p>b. Jika disetujui, dilakukan pertemuan untuk membahas lebih lanjut.</p> <p>c. Proposal program harus jelas dan menarik disertai dengan konsep dan desain awal agar perusahaan tertarik untuk memberikan bantuan CSR.</p>	
	P3	<p>“..kalo untuk CSR itu kan e kita itu e dari perusahaan Telkom itu memang e ini dikoordinir oleh <i>corporate</i>, jadi misalkan dari Malang ada permintaan, dia mengajukan ke <i>corporate</i>, bisa lewat kita (CDC) atau langsung kesana, jadi koordinasi langsung dengan <i>corporate</i>, kita pengelola disini adalah pengelola untuk e bina lingkungan sama e program kemitraan...”</p>	C7.1	<p>Menurut preferensi PT. Telkom, mekanisme penyelenggaraan program CSR yang berlaku di perusahaan meliputi :</p> <p>a. Pengajuan proposal program bisa ke bagian <i>Community Development Center (CDC)</i></p> <p>b. Dari CDC akan disalurkan ke <i>corporate</i> (pusat) atau bisa juga mengajukan proposal program langsung ke <i>corporate</i> (pusat).</p>	
		“Iya kesini, kita e... Nanti kita teruskan nanti ke <i>corporate</i> .”	C7.2		
		“Oh iya.. he eh... Langsung kesini bisa, langsung ke <i>corporate</i> juga bisa”	C7.3		
		“...sekarang aturannya ditarik ke <i>corporate</i> semua, dan di <i>corporate</i> pun pengelolaannya tuh e langsung dari kementrian, jadi misalkan kita punya anggaran 100 juta gitu ya, 75 ditarik untuk kementrian, yang 25 monggo dikelola gitu lho.”	C7.4		
		“Kementrian BUMN, jadi ditarik kesana semua, dan program kementrian itu dikontrol langsung oleh menteri BUMN. Dan bukan Telkom saja, semua BUMN, Pertamina, BNI, BRI, Mandiri, itu kan ditarik kesana semua. Ini eranya ini ya, menteri ini ya, sebelumnya engga.”	C7.5		
		“Ya, kalo di Telkom itu CDC, ya CDC ya <i>corporate</i> ”	C7.6		
Bentuk pendekatan pemerintah	P1	“Nggak ada itu, kita cuma ini aja. Karena selama ini kita sudah kerjasama banyak sama pemkot. Jadi mulai dari kita yang sering membantu pemkot. ”	C8.1	BRI beranggapan bahwa karena pemerintah sering bekerjasama dengan BRI, sehingga sebagai timbal balik, BRI tertarik untuk	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk pendekatan pemerintah merupakan variabel yang

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
				bekerjasama mengembangkan RTH publik.	berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Pemerintah Kota Malang harus mengajukan proposal yang jelas, <i>detail</i> , menarik serta dilengkapi dengan konsep dan desain awal yang jelas agar pihak swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR.
	P2	“Kejelasan dari proposal sih kalo menurut saya, kalo proposal itu jelas mencakup desain itu bakalan mendukung”	C8.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, bentuk pendekatan pemerintah yang diharapkan oleh swasta adalah adanya kejelasan dari proposal. Suatu proposal harus jelas dan <i>detail</i> yang disertai dengan desain yang jelas untuk mendukungnya.	
	P3	“Iya he eh...tapi lebih diperkuat lagi kalo misalkan pemkot Malang sendiri yang mengajukan proposal, bukan atas nama e perorangan, atau institusian. Di proposalnya pun juga harus jelas mintanya gimana apa saja yang dibutuhkan desainnya gimana ya pokoknya jelas gitu.”	C8.1	Menurut preferensi PT. Telkom, bentuk pendekatan pemerintah yang diharapkan adalah pengajuan proposal atas nama pemkot sendiri jangan perorangan. Di dalam proposal pun juga harus jelas apa tujuannya bagaimana desainnya.	
Kesesuaian program CSR dengan perusahaan	P1	“oo.. bukan. Karena kalo ketentuan CSR, itu memang kita ada untuk lingkungan hidup. Jadi kan kita BUMN, itu ada ketentuan dari kementerian BUMN itu tentang aturan CSR dimana salah satunya yang diatur adalah apa saja yang bisa dilakukan sebagai bahan CSR. Salah satunya memang lingkungan hidup. Jadi untuk pelestarian, kemudian.. ya termasuk RTH tadi ya, itu termasuk.”	C9.1	Menurut preferensi BRI, untuk program CSR itu harus sesuai ketentuan dari Kementerian BUMN karena BRI merupakan perusahaan BUMN. Dalam ketentuan BUMN sudah diatur bidang yang dapat dijadikan program CSR, salah satunya adalah bidang pelestarian alam yang dapat diwujudkan dengan pembangunan RTH ini.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel kesesuaian program CSR dengan perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dilakukan oleh perusahaan yang memiliki bidang CSR berupa pelestarian alam atau perusahaan yang memiliki visi dan misi di bidang lingkungan.
		“Jadi ya ada bencana alam, RTH, kemudian sosial kemasyarakatan, kemudian pendidikan, ada 5 atau 7 gitu saya lupa.”	C9.2		
		“Endak, kita semuanya masuk. Jadi gini, hampir 80% CSR kita itu bukan dari.. bukan inisiatif. Jadi rata-rata karena permohonan.”	C9.3		
	P2	“Menjadi perusahaan yang peduli akan lingkungan yang bersih dan sehat.”	C9.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, program CSR yang diberikan harus sesuai dengan bidang CSR perusahaan, jika program CSR berupa pengembangan RTH publik maka suatu perusahaan harus memiliki bidang CSR lingkungan.	
		“Iya, karena salah satu bidangnya ada bidang lingkungan.”	C9.2		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
	P3	“Nah bidang dari CSR itu sendiri bermacam-macam yang salah satunya lingkungan. Nah CSR yang dibidang lingkungan itu bisa kita wujudkan salah satunya dengan pembangunan RTH itu tadi ”	C9.1	Menurut preferensi PT. Telkom, program CSR yang diberikan harus sesuai dengan bidang CSR perusahaan, jika program CSR berupa pengembangan RTH publik maka suatu perusahaan harus memiliki bidang CSR lingkungan	
		“Ya ada, apa hasna hasna itu apa ya, bidang lingkungan itu ya ada ”	C9.2		
Bentuk insentif kerjasama	P1	“Insentif opo? Pajak aku yo tetep ditarik kemarin hahaha..”	C10.1	Menurut preferensi BRI, bentuk insentif kerjasama itu tidak terlalu diperlukan. Hal yang terpenting adalah program yang ditawarkan dapat lebih menarik dan bermanfaat bagi masyarakat.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dua responden menyatakan bahwa variabel bentuk insentif kerjasama merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Bentuk insentif kerjasama yang diharapkan oleh pihak swasta adalah insentif dari segi administrasi , yaitu : a. Adanya kemudahan dalam hal administrasi kerjasama. b. Adanya kemudahan perijinan pemasangan produk atau kegiatan usaha didalam RTH publik.
		“Istilahnya insentif atau apapun itu nggak ada. ”	C10.2		
		“Nah cuma pemkot masih merasa punya hutang, jadi nawarin tempat-tempat lain yang sekiranya masuk. Karena itu tadi, sewa lahan untuk ATM kan ladang penghasilan bagi pemkot , baik sewa lahan maupun pajak reklame.”	C10.3		
		“Kalo bayar sewa tetap, ijin tetap bayar juga tetapi untuk ke administrasi ngurusnya itu sedikit lebih mudah karena hanya lewat rapat koordinasi dengan SKPD terkait.”	C10.4		
		“ Ndak perlu insentif sih, tetapi program yang ditawarkan bisa lebih menarik dan bermanfaat bagi masyarakat.”	C10.5		
	P2	“Yaa lebih ke administrasi kerjasama antar perusahaan dan pemerintah aja, yaa ada hubungan baik juga, ada timbal baliknya. Perusahaan tetep melakukan sesuai prosedur, namun kemudahan di sini ya perusahaan mendapat bantuan apa-apa yang kurang. Saling menguntungkan.”	C10.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, perusahaan ini lebih memilih insentif kerjasama berupa kemudahan administrasi (prosedur) kerjasama antara pemerintah dengan perusahaan sehingga bisa saling menguntungkan.	
		I : Kalo selama ini sih kondisinya, pemerintah nggak terlalu ngasih insentif khusus Pak, cuman ya itu tadi biasanya di RTH-RTH itu dikasih plakat sebaagai apresiasi karena perusahaan itu telah memberikan taman ini untuk pemkot. Tapi untuk insentif bisa ada perjanjiannya lagi kok pak. P2 : Tapi kan ndak untuk umumkan	C10.2		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
	P3	“O itu, ya mungkin bisa jadi diperbolehkan memasang wifi di dalam RTH itu.”	C10.1	Menurut preferensi PT. Telkom, insentif kerjasama yang diharapkan adalah perijinan memasang <i>wifi</i> di dalam RTH. Namun semua itu tergantung pada kebutuhan dari kepala kantor yang ada di Cabang Malang.	
		“Jadi tergantung kepala kantor yang di Malang , o saya butuh perluasan pemasaran yang kayak gini, begini begini, tergantung sana nanti.”	C10.2		
Dampak program CSR terhadap perusahaan	P1	“Nggak ada. Jadi hal yang mungkin digaris bawahi bahwa CSR itu adalah suatu bagian dari suatu program kegiatan yang dipunya oleh suatu perusahaan. Jadi ee...terhadap, keuntungan ataupun apapun itu terhadap pemberian CSR itu sebenarnya hanya, boleh dibilang tidak ada hubungannya sama materi ya ”	C11.1	BRI beranggapan bahwa CSR adalah suatu bagian dari program kegiatan dari perusahaan. Dampak dari program CSR yang didapatkan perusahaan yaitu: a. Kebanggaan karena telah memberikan bantuan revitalisasi Alun-Alun Kota Malang yang menjadi <i>icon</i> wisata Kota Malang. b. Untuk keuntungan secara materi itu tidak ada, hanya reputasi dan nama baik BRI yang ikut andil dalam kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat (<i>brand image</i>).	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel dampak program CSR terhadap perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Adanya program CSR yang telah dilaksanakan oleh pihak swasta tidak terlalu berdampak langsung secara materil terhadap perusahaan, melainkan berdampak pada reputasi perusahaan di mata masyarakat. INTERPRETASI : Intensitas pengunjung RTH publik yang tinggi berdampak pada peningkatan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Maka, diperlukan suatu konsep dan desain pengembangan RTH yang menarik agar masyarakat tertarik mengunjungi RTH publik.
		“Kalo kami lihat secara ininya bahwa posisi sekarang ini ya sedikitlah kami bangga kalo Alun-Alun. Satu, lebih bisa difungsikan, jadi kami beranggapan bahwa apa yang sudah dibangun BRI kemarin juga nggak sia-sia. Salah satu menjadi <i>icon</i> wisata gitu kan, orang luar gitu kan sekarang kan orang luar foto-foto disitu”	C11.2		
		“Yang mungkin kami dapetin ya itu tadi, kepuasan yang nggak mungkin bisa dihitung materi. <i>Wong</i> apapun kan sudah kami berikan ternyata berguna ”	C11.3		
		“Dari sisi bisnis tidak ada keuntungan riil, tetapi reputasi dan nama baik BRI ikut andil dalam kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat, itu yang kita dapat, <i>brand image</i> saja. ”	C11.4		
		“ nggak ada korelasi antara aku masang tulisan BRI Peduli sama jumlah nasabah, nggak ada. ”	C11.5		
	P2	“.....Ya paling dengan kita memberikan bantuan ini jadi masyarakat lebih mengenal perusahaan kita jadi kaya lebih ke <i>branding</i> gitu sih mbak.”	C11.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, dampak yang didapatkan perusahaan setelah mengeluarkan progam CSR adalah <i>branding</i> perusahaan karena dengan perusahaan mengerluarkan bantuan CSR berupa RTH publik, maka perusahaan akan lebih dikenal masyarakat.	

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
	P3	“Ya mungkin lebih ke <i>branding</i> perusahaan ya, jadi dengan banyaknya pengunjung yang mengunjungi taman itu kan secara gak langsung perusahaan kita makin dikenal dan citra perusahaan kita juga jadi meningkat juga mbak. Kalo dari segi keuntungan finansial sih gak ada ya mbak karena ini kan sifatnya sukarela aja gitu.”	C11.1	Menurut preferensi PT. Telkom, dampak yang didapatkan perusahaan setelah memberikan bantuan CSR adalah meningkatnya citra perusahaan di mata masyarakat.	
Ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik	P1	“Bisa dilihat nggak? Ada nggak? Kita disitu tulisan BRI Peduli doang bukan produk, bukan iklan. ”	C12.1	Menurut preferensi BRI, untuk media promosi produk perusahaan itu tidak terlalu penting. Minimal ada <i>spot</i> untuk tulisan nama perusahaan.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa dua responden menyatakan variabel ketersediaan media promosi perusahaan merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Diperlukan media promosi perusahaan di beberapa <i>spot</i> dalam RTH publik. Hal ini dapat diwujudkan minimal tulisan nama <i>corporate</i> atau bahkan beberapa reklame.
	P2	“Ya kalo dari kami sisi perusahaan ya perlu mbak jadi masyarakat bisa tahu juga yang memberikan bantuan CSR itu siapa , ya paling nggak ada lah spotnya untuk nama perusahaan kami.”	C12.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, yang minimal harus ada adalah <i>spot</i> untuk nama perusahaan.	
	P3	“Nah iya benar mbak hehe kan produk kita memang <i>wifi</i> . Jadi setidaknya kita diberi ijin spot sedikit gitu untuk pemasangan wifi. ”	C12.1	Menurut preferensi PT. Telkom, perijinan pemasangan media promosi itu penting. Perusahaan ini menginginkan adanya perijinan pemasangan produk perusahaan yaitu <i>wifi</i> .	
Keterlibatan masyarakat	P1	“Posisi BRI hanya sebagai yang mbangun. Terhadap dampak sosial kemudian misalkan diskusi sama masyarakat selama ini itu ada dari pemkot. ”	C13.1	Menurut preferensi BRI, BRI membantu pembangunan, sehingga untuk dampak sosial seperti diskusi dengan masyarakat itu sudah menjadi urusan pemkot. Karena BRI tidak mau proses yang rumit.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dua responden menyatakan bahwa variabel keterlibatan masyarakat merupakan variabel yang tidak berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Pihak swasta tidak mau terlibat dengan urusan masyarakat. Pihak swasta menyerahkan urusan terkait masyarakat kepada pemerintah kota.
		“kalo kita nggak mau yang seperti itu mbak. Ribet soalnya. ”	C13.2		
	P2	“Tyaa, kalo dari yang sudah berjalan kita selalu mengundang tokoh adat atau tokoh masyarakat sekitar , jadi mereka pun kita juga Dengan mengasih CSR kalo ndak melibatkan mereka sama aja kita ndak, kita nyelonong aja gitu.”	C13.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, keterlibatan masyarakat itu penting agar program CSR yang direncanakan sesuai dengan sasaran. Selama ini pada setiap perusahaan akan merencanakan program CSR mengundang tokoh adat atau tokoh masyarakat sekitar	
		“Tyaa benar, pernah juga kejadian... Sebenarnya sih dari masyarakat yang, wajar sih anak muda suka mm. mereka mengartikan itu program CSR itu	C13.2		

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		sejalan, perusahaan kan maunya program CSR ini tepat sasaran kan, tapi mereka nganggap ini program CSR ini dana lebih yang kebuang.”		untuk berdiskusi terkait program CSR.	
	P3	“Engga engga, kalo yang tadi apa bangun taman tadi engga, itu tadi, kita ngasih hibah udah, silahkan anda kelola sendiri.”	C13.1	Menurut preferensi PT. Telkom, untuk urusan keterlibatan masyarakat itu sudah menjadi urusan dari pemerintah. Pihak swasta tidak mau terlibat lebih jauh, karena pihak swasta hanya memberikan bantuan saja untuk urusan masyarakat itu menjadi urusan dari pemerintah.	
		I : Gak ada diskusi FGD sama masyarakat, kayak tokoh masyarakat gitu? P3 : Engga engga	C13.2		
Ketersediaan media publikasi program CSR	P1	“Ada mbak di banggaberindonesia.com , tapi bukan cuma punya kanwil Malang ya, seluruh Indonesia. banggaberindonesia itu memang websitenya BRI.	C14.1	BRI beranggapan bahwa BRI memiliki media publikasi program CSR yaitu banggaberindonesia.com yang berisi informasi seluruh kegiatan CSR yang dilakukan BRI seluruh Indonesia.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan media publikasi program CSR merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Program-program CSR yang selama ini telah dilakukan, dipublikasi pada website masing-masing perusahaan. INTERPRETASI : Perlu dioptimalkan kembali terkait pengelolaan media publikasi program CSR perusahaan agar masyarakat dapat mengetahui dan pemerintah kota lain tertarik untuk mengajak perusahaan bekerjasama dalam hal pengembangan RTH publik melalui program CSR.
		“Ini mbak, bangga berindonesia.com .”	C14.2		
		Ini kan ada nih, kategorinya ada nih. Bermitra, cerdas, lestari, membangun, peduli sehat. Ini ada reportnya , kegiatannya.	C14.3		
	P2	“Untuk tahun sebelumnya sih belum Mbak, tapi kedepannya lagi diagendakan.”	C12.1	Untuk keterbukaan informasi, PT. Patra Jasa melalui PT. Patra Jasa belum memiliki media informasi tertentu, masih dalam agenda perencanaan.	
	P3	“Oh iya mbak ada, bisa dilihat di www.telkom.co.id .”	C12.1	Menurut preferensi PT. Telkom, untuk publikasi program CSR yang telah dilakukan oleh PT. Telkom bisa diakses pada website Telkom yaitu www.telkom.co.id .	
Kesesuaian dengan tata ruang	P1	“Iya penting mbak, karena itu kan dari pemerintah sudah ada aturannya, kita disini hanya membantu pembangunan di lahan pemerintah ya otomatis kita juga harus mengikuti aturan tata ruangnya. Selain itu biar gak ada konflik lagi aja mbak hehe...”	T1.1	Menurut preferensi BRI kesesuaian program dengan tata ruang itu penting karena dapat meminimilasi konflik yang terjadi.	Didasarkan pada kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel tambahan yaitu variabel kesesuaian dengan tata ruang merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan
	P2	“Iya menurut saya penting Mbak, karena kan memang sudah diatur juga apa yang boleh dibangun apa yang	T1.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, kesesuaian pengembangan RTH	

Variabel	Stake holder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
		tidak. Dan kalo gak salah juga ada standarnya berapa persen hijaunya berapa persen pavingnya gitu mbak. Kalo nanti dibangun tidak mengikuti itu malah menimbulkan masalah baru lagi mbak diprotes gitu.”		dengan aturan tata ruang yang berlaku itu penting karena sudah ada peraturan terkait itu, jika melanggar akan menimbulkan masalah baru.	RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. INTERPRETASI : Dalam mengembangkan RTH publik perlu mengacu aturan tata ruang karena sudah ada standar dalam pembangunan RTH publik.
	P3	Tidak berpendapat	-	-	
Pengadaan lahan baru	P1	“Waduh kalo lahan gitu agak susah mbak untuk kita. Kalo lahan ya lebih baik buat kita sendiri hehehe lebih enak ya sudah seperti ini lahan dari pemerintah tetapi kita yang bantuin membangunkan.”	T2.1	Menurut preferensi BRI, bentuk bantuan CSR berupa lahan itu sulit untuk diberikan. Pihak swasta lebih memilih untuk membantu dalam hal pembangunan.	Didasarkan kombinasi hasil ketiga responden, dapat disimpulkan bahwa variabel pengadaan lahan baru merupakan variabel yang tidak berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Pengadaan lahan baru merupakan barang mewah bagi pihak swasta sehingga sulit untuk dijadikan bentuk bantuan CSR.
	P2	“Wah kalo lahan gak mungkin ya kayaknya mbak. Selama ini kan kita bantu yang memang lokasinya sudah jelas dimana jadi kita bantu untuk pengembangannya, kalau misalnya lahan itu kan susah juga mbak karena kita juga butuh sih kalo lahan.”	T2.1	Menurut preferensi PT. Patra Jasa, lebih memilih untuk memberikan bantuan CSR yang sudah jelas lokasinya bukan berupa lahan baru.	
	P3	“Wah kalo lahan ya susah sih mbak, gak bisa kita itu kalo lahan. Karna kalo lahan ya mending kita gunakan sendiri ya mbak buat kegiatan usaha hehe Ini kan yang minta bantuan pemerintah ya memang seharusnya lahan dari pemerintah dan kita hanya membangunkan saja sih mbak.”	T2.1	Menurut preferensi PT. Telkom, untuk pengadaan lahan baru sebaiknya dilakukan oleh pemerintah karena pihak swasta hanya membantu dalam hal pembangunan.	
Variabel Tambahan					
Kelembagaan pengelolaan RTH publik	P1	“Hmm apa ya? Ya mungkin lebih ke bagaimana keprofesionalan pemerintah ya mbak. Kalo menjalin kerjasama ya pihak lain yang berkaitan coba diajak komunikasi.”	T3.1	Menurut preferensi BRI, kelembagaan pengelolaan RTH publik dalam bekerjasama itu yang terpenting, terutama komunikasi pemerintah sebagai <i>stakeholder</i> eksekutif dan DPRD sebagai <i>stakeholder</i> legislatif.	Didasarkan pada hasil salah satu responden, dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel tambahan yaitu variabel kelembagaan pengelolaan RTH publik merupakan variabel yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Berdasarkan fakta dilapangan, pada saat pembangunan revitalisasi Alun-Alun Kota Malang terdapat suatu masalah yaitu kurangnya keterpaduan antara <i>stakeholder</i>
	P2	Tidak Berpendapat	-	-	
	P3	Tidak Berpendapat	-	-	

Variabel	Stakeholder	Pemahaman Data Transkrip			Analisis
		Transkrip	Kode	Hasil	
					<p>eksekutif (pemerintah) dengan <i>stakeholder</i> legislatif (DPRD).</p> <p>INTERPRETASI : Dalam merumuskan program CSR, komunikasi yang baik dalam kelembagaan pengelolaan RTH publik itu sangat penting agar tidak ada konflik yang muncul saat pelaksanaan program, seperti Pemerintah Kota Malang wajib berkomunikasi dengan kelompok pemerintah yang lain seperti pemerintah pada kelompok legislative.</p>

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Keterangan :

P1 : Bank BRI Kanwil Malang

P2 : PT. Patra Jasa (Persero)

P3 : PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim

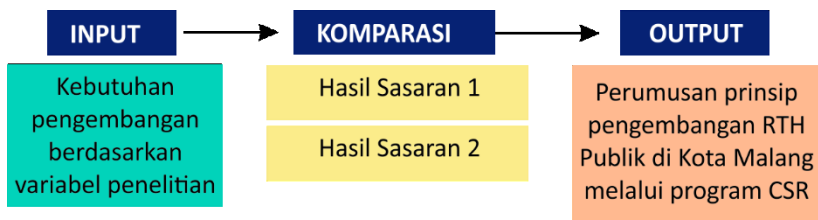
4.2.2.2 Penentuan Kebutuhan Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Preferensi Swasta

Tahapan ini merupakan hasil dari proses *Content Analysis* yang berisi jawaban dari sasaran 2 penelitian ini yaitu identifikasi kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan preferensi swasta. Dalam penentuan pengaruh suatu variabel, peneliti menggunakan unit analisis dengan maksud yang sama dan alasan yang dikemukakan oleh responden dari *stakeholder* swasta. Variabel-variabel yang telah disepakati berpengaruh oleh setiap responden, akan mutlak menjadi kebutuhan yang berpengaruh dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR. Sedangkan variabel yang hanya disepakati oleh sebagian kecil responden, akan dilihat kekuatan pernyataan responden yang menganggapnya berpengaruh apabila dilihat tidak signifikan akan dihapus begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan uraian pemahaman data terhadap variabel pada **Tabel 4.20**, terlihat bahwa ada 14 variabel merupakan kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR, meliputi **lokasi RTH publik, jenis RTH publik, fungsi RTH publik, tematik pengembangan RTH publik, jangka waktu pemeliharaan RTH publik, bentuk bantuan CSR, mekanisme penyelenggaraan program CSR, bentuk pendekatan pemerintah, kesesuaian program CSR dengan perusahaan, bentuk insentif kerjasama, dampak program CSR terhadap perusahaan, ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik, ketersediaan media publikasi program CSR, dan kesesuaian dengan tata ruang**. Sedangkan untuk 2 variabel yaitu variabel keterlibatan masyarakat dan variabel pengadaan lahan baru dikatakan bukan merupakan kebutuhan. Selain itu didapatkan 1 variabel tambahan yaitu kelembagaan pengelolaan RTH publik.

4.2.3 Menganalisis Prinsip Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program CSR

Untuk dapat menganalisis prinsip pengembangan RTH publik melalui program CSR dari preferensi kedua *stakeholder*, digunakan teknik analisis komparasi data dan analisis deskriptif kualitatif. Berikut merupakan ilustrasi alur pikir pengerjaan sasaran 3.



Gambar 4. 39 Ilustrasi Alur Pikir Pengerjaan Sasaran 3

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Proses analisis prinsip pengembangan RTH publik tersebut disajikan dalam bentuk matriks yang berisi komparasi antara hasil sasaran 1 dan hasil sasaran 2. Berikut ini adalah tabel pemetaan kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR yang dapat dilihat pada **Tabel 4.21** dibawah ini.

Tabel 4. 21 Analisis Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR

No.	INPUT		Kode Variabel	KOMPARASI		Prinsip Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR
	Variabel			Preferensi Pemerintah	Preferensi Pihak Swasta	
1.	Lokasi publik	RTH	C1	Perlu pemerataan lokasi RTH publik pada lahan potensial di pinggir Kota Malang seperti Kecamatan Sukun, Blimbing, dan Kedung Kandang dengan memperhatikan intensitas masyarakat yang berada disekitar lokasi atau yang melintasi lokasi, sehingga pihak swasta tertarik untuk mengembangkan program CSR.	Dalam menentukan lokasi program CSR, pihak swasta mempertimbangkan berdasarkan konsep yang menarik, kesesuaian anggaran biaya yang dibutuhkan dengan kemampuan pihak swasta serta dampak yang akan dirasakan oleh masyarakat.	Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dilakukan pada lokasi mana saja dengan catatan harus dengan konsep yang menarik, anggaran biaya sesuai dengan kemampuan swasta dan bermanfaat bagi masyarakat.
2.	Jenis publik	RTH	C2	Jenis RTH publik yang perlu dikembangkan melalui program CSR dapat berupa pengembangan taman kota, hutan kota, jalur hijau atau pedestrian sesuai dengan kewenangan Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang.	Jenis RTH publik yang lebih dipilih oleh pihak swasta untuk dikembangkan melalui program CSR adalah taman kota karena lebih mudah untuk dipertanggung jawabkan.	Jenis RTH publik yang dapat dikembangkan melalui program CSR adalah taman kota .
3.	Fungsi publik	RTH	C3	Fungsi RTH yang perlu dikembangkan di Kota Malang meliputi : a. Fungsi ekologis , sebagai fungsi utama sesuai Permen PU No. 5 Tahun 2008. b. Fungsi sosial budaya terutama pada taman kota dan jalur hijau dengan minimal memberi fasilitas tempat duduk dan fasilitas lain yang mendukung fungsi sosial budaya. Untuk di hutan kota dibatasi, karena hutan kota merupakan kawasan konservasi. c. Fungsi edukatif , terutama pada hutan kota yang ditandai dengan adanya <i>signage-signage</i> berisi informasi seperti nama pohon dan cara hidup sehat sebagai sarana pembelajaran untuk pengunjung. d. Fungsi estetika , dengan menerapkan konsep/tematik pengembangan RTH agar RTH publik memiliki daya tarik visual yang menarik sehingga banyak masyarakat yang mengunjungi. Fungsi ini dapat diterapkan pada desain <i>signage-signage</i> agar informasi	Fungsi RTH publik yang harus dikembangkan adalah : a. Fungsi ekologis , karena RTH berfungsi untuk pelestarian alam, memberikan produksi oksigen kota, dan untuk penyerapan air hujan pada suatu kota. b. Fungsi sosial budaya , karena RTH merupakan fasilitas publik yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bersosialisasi dan berinteraksi sehingga perlu disediakan fasilitas sosial budaya yang mendukung.	Fungsi yang harus ada dalam RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR adalah fungsi ekologis dan fungsi sosial budaya .

No.	INPUT	Kode Variabel	KOMPARASI		Prinsip Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR
	Variabel		Preferensi Pemerintah	Preferensi Pihak Swasta	
			yang disampaikan kepada pengunjung lebih tersampaikan.		
4.	Tematik pengembangan RTH publik	C4	Diperlukan tematik dalam pengembangan RTH publik, karena selain menambah daya tarik visual RTH tematik berpengaruh pada penyediaan fasilitas didalam RTH publik. Hal ini diwujudkan dengan adanya <i>landmark</i> pada RTH, <i>signage</i> , elemen-elemen penghias yang menarik guna mendukung konsep pengembangan RTH tersebut.	Diperlukan inisiasi tematik dan desain awal pengembangan RTH publik dari pemerintah agar pihak swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR dan sebagai acuan pihak swasta dalam mengembangkan RTH publik. Kemudian dapat dilakukan untuk fiksasi desain dapat dilakukan <i>sharing design</i> antara pemerintah dengan swasta agar pengembangan RTH tersebut sesuai dengan keinginan kedua belah pihak.	Tematik pengembangan RTH menjadi syarat wajib dalam mengembangkan RTH publik melalui program CSR
5.	Jangka waktu pemeliharaan RTH publik	C5	Pemerintah Kota Malang mewajibkan pihak swasta yang telah membangun RTH publik untuk melakukan pemeliharaan yaitu selama 6 bulan setelah peresmian RTH publik dilakukan.	Diperlukan kesepakatan antara kedua belah pihak terkait jangka waktu pemeliharaan RTH yang ditanggung jawabkan kepada pihak swasta setelah proses pembangunan selesai.	Pemeliharaan RTH publik akan diwajibkan bagi pihak swasta dalam jangka waktu 6 bulan setelah pembangunan RTH atau sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak.
6.	Bentuk bantuan CSR dalam RTH publik	C6	Pemerintah Kota Malang membutuhkan bentuk bantuan CSR berupa skema pembangunan RTH, meliputi pembangunan fisik taman kota, hutan kota, penataan jalur hijau atau pedestrian.	Pihak swasta memberikan bantuan CSR berdasarkan kebutuhan didalam proposal yang masuk ke perusahaan. Jika program yang diajukan menarik dan anggaran biaya sesuai dengan kemampuan dari pihak swasta, maka pihak swasta bersedia untuk memberikan bantuan CSR.	Bentuk bantuan CSR yang dapat diberikan adalah pembangunan fisik RTH publik.
7.	Mekanisme penyelenggaraan program CSR	C7	Dalam mengembangkan program CSR dalam bentuk RTH hal yang perlu diperhatikan adalah kemudahan mekanisme kerjasama karena pihak swasta tidak tertarik jika mekanisme penyelenggaraannya dipersulit. Pemerintah juga akan menyiapkan sistem baru dalam pembuatan proposal program.	Program CSR yang dilakukan oleh pihak swasta harus mendapat persetujuan dari bagian pusat. Untuk itu setiap pengajuan program CSR yang masuk ke perusahaan harus dilakukan penilaian kelayakan agar dapat direkomendasikan ke pusat untuk mendapat persetujuan. Agar perusahaan tertarik, maka diperlukan proposal yang jelas dan menarik	Perlu penyederhanaan prosedur penyelenggaraan program CSR agar pihak swasta tertarik untuk terlibat.
8.	Bentuk pendekatan pemerintah	C8	Bentuk pendekatan pemerintah menentukan jumlah swasta yang mau terlibat dalam kerjasama melalui program CSR, seperti Walikota Malang yang memiliki banyak relasi	Pemerintah Kota Malang harus mengajukan proposal yang jelas, <i>detail</i> , menarik serta dilengkapi dengan konsep dan desain awal yang	Diperlukan proposal program CSR yang jelas, detail dan menarik agar banyak pihak

No.	INPUT	Kode Variabel	KOMPARASI		Prinsip Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR
	Variabel		Preferensi Pemerintah	Preferensi Pihak Swasta	
			dengan beberapa pengusaha sehingga beberapa perusahaan mau terlibat dalam kerjasama.	jelas agar pihak swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR.	swasta yang tertarik untuk terlibat dalam kerjasama.
9.	Kesesuaian Program CSR dengan perusahaan	C9	Dalam memilih pihak swasta, Pemerintah Kota Malang harus mempertimbangkan kesesuaian program pemerintah dengan tujuan, visi dan misi serta bidang program CSR dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki bidang CSR lingkungan atau pelestarian alam dapat memberikan bantuan berupa pengembangan RTH publik.	Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dilakukan oleh perusahaan yang memiliki bidang CSR berupa pelestarian alam atau perusahaan yang memiliki visi dan misi di bidang lingkungan.	Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dilakukan oleh perusahaan yang memiliki visi dan misi dibidang lingkungan atau memiliki bidang CSR dibidang pelestarian alam.
10.	Bentuk insentif kerjasama	C10	Bentuk insentif kerjasama itu perlu diberikan kepada pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR, karena hal tersebut merupakan salah satu bentuk apresiasi Pemerintah Kota Malang kepada pihak swasta tersebut. Untuk bentuk insentif kerjasama lain selain plakat tergantung pada perjanjian kerjasama antara kedua belah pihak	Bentuk insentif kerjasama yang diharapkan oleh pihak swasta adalah insentif dari segi administrasi , yaitu: a. Adanya kemudahan dalam hal administrasi kerjasama. b. Adanya kemudahan perijinan pemasangan produk atau kegiatan usaha didalam RTH publik.	Bentuk insentif kerjasama dari segi administratif dapat diberikan kepada pihak swasta yang telah memberikan bantuan CSR.
11.	Dampak program CSR terhadap perusahaan	C11	Dengan adanya nama perusahaan didalam RTH publik maka akan berdampak pada meningkatnya reputasi atau citra perusahaan di mata masyarakat dan dapat berdampak pula pada bisnis perusahaan.	Intensitas pengunjung RTH publik yang tinggi berdampak pada peningkatan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Maka, diperlukan suatu konsep dan desain pengembangan RTH yang menarik agar masyarakat tertarik mengunjungi RTH publik.	Pengembangan RTH publik melalui program CSR yang telah dilakukan akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat.
12.	Ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik	C12	Menurut preferensi Pemerintah Kota Malang, variabel ketersediaan media promosi perusahaan merupakan variabel yang tidak berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Karena beberapa RTH ada yang diperbolehkan untuk memasang reklame dan pihak swasta tetap membayar pajak. Namun, pemerintah kurang merekomendasikan adanya media promosi di dalam RTH publik.	Diperlukan media promosi perusahaan di beberapa <i>spot</i> dalam RTH publik. Hal ini dapat diwujudkan minimal tulisan nama <i>corporate</i> atau bahkan beberapa reklame.	-
13.	Keterlibatan Masyarakat	C13	Pemerintah Kota Malang lebih mengoptimalkan pelaksanaan FGD dengan	Menurut preferensi pihak swasta, variabel ini tidak berpengaruh dalam pengembangan RTH	-

No.	INPUT	Kode Variabel	KOMPARASI		Prinsip Pengembangan RTH Publik Melalui Program CSR
	Variabel		Preferensi Pemerintah	Preferensi Pihak Swasta	
			masyarakat yaitu dengan mengundang tokoh masyarakat, masyarakat sekitar yang merupakan target dari pengunjung RTH, LSM, dan akademisi untuk meminimalisir adanya konflik serta terwujudnya pengembangan RTH yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.	publik melalui program CSR di Kota Malang. Pihak swasta tidak mau terlibat dengan urusan masyarakat. Pihak swasta menyerahkan urusan terkait masyarakat kepada pemerintah kota.	
14.	Ketersediaan media publikasi program CSR	C14	Perlu pengoptimalan media publikasi program CSR, karena berfungsi untuk menjangkau aspirasi masyarakat, dengan cara jika ada proyek baru pemerintah dapat meng- <i>upload</i> konsep dan desainnya, sehingga masyarakat dapat memberikan masukan	Perlu dioptimalkan kembali terkait pengelolaan media publikasi program CSR perusahaan agar masyarakat dapat mengetahui dan pemerintah kota lain tertarik untuk mengajak perusahaan bekerjasama dalam hal pengembangan RTH publik melalui program CSR.	Diperlukan media publikasi program CSR sebagai bentuk branding Kota Malang maupun perusahaan.
15.	Kesesuaian dengan tata ruang	T1	Pemerintah Kota Malang mewajibkan pengembangan RTH publik melalui program CSR yang dilakukan harus sesuai dengan aturan tata ruang yang berlaku.	Dalam mengembangkan RTH publik perlu mengacu aturan tata ruang karena sudah ada standar dalam pembangunan RTH publik.	RTH yang dikembangkan melalui program CSR harus sesuai dengan aturan tata ruang yang berlaku
16.	Pengadaan lahan baru	T2	Pemerintah Kota Malang harus melakukan pemetaan lahan-lahan potensial untuk dapat dikembangkan menjadi RTH publik terutama pada daerah pinggir kota seperti Kecamatan Sukun, Blimbing, dan Kedung Kandang	Menurut preferensi pihak swasta, variabel ini tidak berpengaruh dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang. Pengadaan lahan baru merupakan barang mewah bagi pihak swasta sehingga sulit untuk dijadikan bentuk bantuan CSR.	-
17.	Kelembagaan pengelolaan RTH publik	T3	-	Dalam merumuskan program CSR, Pemerintah Kota Malang wajib berkomunikasi dengan kelompok pemerintah yang lain seperti pemerintah pada kelompok legislatif dan yudikatif (yang dapat diwakilkan oleh ahli hukum) agar program yang dijalankan sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku di Kota Malang.	-

Sumber : Hasil Analisis, 2017

Berdasarkan **Tabel 4.21** diatas, maka dapat diilustrasikan rumusan prinsip pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR dalam matriks di bawah ini yang dapat dibedakan berdasarkan 3 aspek meliputi aspek lingkungan, aspek ekonomi, dan aspek sosial.

Tabel 4. 22 Perumusan Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Aspek Lingkungan

Preferensi Pihak Swasta	Preferensi Pemerintah Kota Malang						
Variabel	C1	C2	C3	C4	C5	T1	T2
C1	Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dilakukan pada lokasi mana saja dengan catatan harus dengan konsep yang menarik, anggaran biaya sesuai dengan kemampuan swasta dan bermanfaat bagi masyarakat.						
C2		Jenis RTH publik yang dapat dikembangkan melalui program CSR adalah taman kota.					
C3			Fungsi yang harus ada dalam RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR adalah fungsi ekologis dan fungsi sosial budaya.				
C4				Tematik pengembangan RTH menjadi syarat wajib dalam mengembangkan RTH publik melalui program CSR			

Preferensi Pihak Swasta	Preferensi Pemerintah Kota Malang						
Variabel	C1	C2	C3	C4	C5	T1	T2
C5					Pemeliharaan RTH publik akan diwajibkan bagi pihak swasta dalam jangka waktu 6 bulan setelah pembangunan RTH selesai atau sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak.		
T1						RTH yang dikembangkan melalui program CSR harus sesuai dengan aturan tata ruang yang berlaku	
T2							

Sumber : Hasil Analisis Tabel 4.21, 2017

Keterangan :

= Variabel Penelitian
 = Variabel Tambahan
 = Bukan Kebutuhan Pengembangan RTH Publik

Variabel Penelitian (C) pada Aspek Lingkungan

C1 = Lokasi RTH Publik

C2 = Jenis RTH Publik

C3 = Fungsi RTH Publik

C4 = Tematik Pengembangan RTH Publik

C5 = Jangka Waktu Pemeliharaan RTH Publik

Variabel Tambahan (T) pada Aspek Lingkungan

T1 = Kesesuaian dengan Tata Ruang

T2 = Pengadaan Lahan Baru

Tabel 4. 23 Perumusan Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Aspek Ekonomi

Preferensi Pihak Swasta	Preferensi Pemerintah Kota Malang							
Variabel	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	T3
C6	Bentuk bantuan CSR yang dapat diberikan adalah pembangunan fisik.							
C7		Perlu penyederhanaan prosedur penyelenggaraan program CSR agar pihak swasta tertarik untuk terlibat.						
C8			Diperlukan proposal program CSR yang jelas, <i>detail</i> dan menarik agar banyak pihak swasta yang tertarik untuk terlibat dalam kerjasama.					
C9				Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dilakukan oleh perusahaan yang memiliki visi dan misi dibidang lingkungan atau memiliki bidang CSR dibidang pelestarian alam.				

Preferensi Pihak Swasta	Preferensi Pemerintah Kota Malang							
Variabel	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	T3
C10					Bentuk insentif kerjasama yang dapat diberikan kepada pihak swasta adalah bentuk insentif yang bersifat administratif.			
C11						Pengembangan RTH publik melalui program CSR yang telah dilakukan akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata masyarakat.		
C12								
T3								

Sumber : Hasil Analisis Tabel 4.21, 2017

Keterangan :

= Variabel Penelitian
 = Bukan Kebutuhan Pengembangan RTH Publik

Variabel Penelitian (C) pada Aspek Ekonomi

C6 = Bentuk Bantuan CSR

C7 = Mekanisme Penyelenggaraan Program CSR

C8 = Bentuk Pendekatan Pemerintah

C9 = Kesesuaian Program CSR dengan Perusahaan

C10 = Bentuk Insentif Kerjasama

C11 = Dampak Program CSR terhadap Perusahaan

C12 = Ketersediaan Media Promosi Perusahaan

Variabel Tambahan (T) pada Aspek Ekonomi



T3 = Kelembagaan Pengelolaan RTH Publik

Tabel 4. 24 Perumusan Prinsip Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR Berdasarkan Aspek Sosial

Preferensi Pihak Swasta	Preferensi Pemerintah Kota Malang	
Variabel	C13	C14
C13		
C14		Diperlukan media publikasi program CSR sebagai bentuk <i>branding</i> Kota Malang maupun perusahaan.

Sumber : Hasil Analisis Tabel 4.21, 2017

Keterangan :

 = Variabel Penelitian
  = Bukan Kebutuhan Pengembangan RTH Publik

Variabel Penelitian (C) pada Aspek Sosial

C13 = Keterlibatan Masyarakat Dalam Program CSR

C14 = Ketersediaan Media Publikasi Program CSR

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

Berdasarkan pemetaan pada **Tabel 4.22** diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 6 kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan aspek lingkungan, meliputi :

1. Lokasi RTH Publik

Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dikembangkan pada lokasi mana saja, termasuk pada lokasi pinggir Kota Malang seperti pada Kecamatan Sukun, Blimbing, dan Kedungkandang yang belum terlalu banyak RTH publik. Penentuan lokasi ini dilakukan dengan mempertimbangkan konsep yang menarik, kesesuaian kemampuan pihak swasta dengan anggaran biaya yang dibutuhkan, serta dapat bermanfaat bagi masyarakat.

2. Jenis RTH Publik

Dari 3 jenis RTH publik yang dibutuhkan pemerintah untuk dikembangkan melalui program CSR, taman kota adalah jenis RTH publik yang dapat dikembangkan melalui program CSR karena taman kota termasuk salah satu jenis RTH yang butuh dikembangkan di Kota Malang serta banyak pihak swasta yang lebih memilih itu.

3. Fungsi RTH Publik

RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR harus memperhatikan fungsi utama RTH yaitu fungsi ekologis dan fungsi sosial budaya, karena :

- a. Fungsi ekologis merupakan fungsi utama yaitu berfungsi sebagai pelestarian alam, produsen oksigen kota (paru-paru kota), peneduh, penyerap air hujan pada suatu kota, dan lain sebagainya.
- b. Fungsi sosial budaya merupakan fasilitas publik yang harus melayani kebutuhan publik akan bersosialisasi terutama pada taman kota dan jalur hijau dengan minimal memberi fasilitas tempat duduk dan fasilitas lain yang mendukung fungsi sosial budaya. Untuk di hutan kota dibatasi, karena memang hutan kota merupakan kawasan konservasi.

4. **Tematik Pengembangan RTH Publik**

Tematik dikatakan syarat wajib dalam mengembangkan RTH publik melalui program CSR, karena tematik menjadi daya tarik bagi pihak swasta maupun bagi masyarakat. Dengan tematik yang menarik, pihak swasta tertarik untuk terlibat dalam kerjasama serta masyarakat juga menjadi tertarik untuk mengunjungi RTH tersebut.

5. **Jangka Waktu Pemeliharaan RTH Publik**

Pemeliharaan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh pihak swasta setelah melakukan pembangunan RTH publik. Ketentuan jangka waktu pemeliharaan yang diberikan Pemerintah Kota Malang selama ini adalah 6 bulan setelah membangun RTH publik. Untuk jangka waktu pemeliharaan dapat dilaksanakan sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak.

Sedangkan pada **Tabel 4.23** dapat disimpulkan bahwa terdapat 6 kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan aspek ekonomi, meliputi :

1. **Bentuk Bantuan CSR**

Bentuk bantuan CSR yang dibutuhkan adalah berupa pembangunan RTH publik, karena di Kota Malang mengalami keterbatasan dana untuk skema pembangunan. Pihak swasta juga memberikan bantuan CSR sesuai dengan kebutuhan dari Pemerintah Kota Malang dengan mempertimbangkan konsep yang ditawarkan menarik dan anggaran biaya sesuai dengan kemampuan pihak swasta.

2. **Mekanisme Penyelenggaraan Program CSR**

Perlu penyederhanaan prosedur penyelenggaraan program CSR agar pihak swasta tertarik untuk terlibat, karena pihak swasta kurang berminat jika mekanismenya terlalu rumit.

3. **Bentuk Pendekatan Pemerintah**

Bentuk pendekatan pemerintah sangat menentukan berapa jumlah pihak swasta yang mau terlibat dalam kerjasama, sehingga dibutuhkan bentuk pendekatan tertentu seperti proposal yang diajukan oleh pemerintah harus jelas, *detail*, menarik serta dilengkapi dengan konsep dan desain awal yang jelas agar pihak swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR.

4. **Kesesuaian Program CSR dengan Perusahaan**

Perlu adanya kesesuaian antara program CSR dengan bidang, visi dan misi perusahaan, sehingga aktivitas CSR relevan dengan atau mendukung operasi perusahaan. Maka dari itu pihak swasta yang terlibat dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR harus memiliki bidang CSR atau visi dan misi lingkungan/pelestarian alam.

5. **Bentuk Insentif Kerjasama**

Agar jumlah pihak swasta yang terlibat dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang meningkat, Pemerintah Kota Malang perlu memberikan pilihan bentuk insentif kerjasama kepada pihak swasta seperti :

- a. Adanya kemudahan dalam administrasi kerjasama.
- b. Adanya kemudahan perijinan pendirian kegiatan usaha.
- c. Perijinan mendirikan reklame dalam RTH publik dengan ketentuan sesuai Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame

6. **Dampak Program CSR terhadap Perusahaan**

Program CSR yang dilakukan oleh pihak swasta memiliki dampak bagi perusahaan itu sendiri. Dengan mengembangkan RTH publik yang menarik, maka berdampak pada peningkatan intensitas pengunjung RTH publik. Hal ini juga dapat berdampak pada perusahaan memperoleh kesempatan untuk meraih penghargaan tertentu sehingga berdampak pada peningkatan citra perusahaan.

Sedangkan pada **Tabel 4.24** dapat disimpulkan bahwa terdapat 1 kebutuhan pengembangan RTH publik berdasarkan aspek sosial, yaitu **ketersediaan media publikasi program CSR**, karena diperlukan media publikasi program CSR sebagai bentuk *branding* Kota Malang maupun perusahaan. Selain itu, media publikasi berfungsi sebagai wadah untuk menjaring aspirasi masyarakat terkait program CSR, sebagai percontohan (*best practice*) untuk kota lain, dan dapat menginspirasi perusahaan lain untuk terlibat dalam kerjasama serupa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kota Malang memiliki proporsi RTH publik yang belum memenuhi proporsi minimal RTH publik 20%. Untuk memenuhi proporsi 20%, Pemerintah Kota Malang menjalin kerjasama dengan sejumlah perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam implementasinya, terdapat beberapa masalah yang timbul baik dari sisi pemerintah maupun dari sisi pihak swasta. Untuk mewujudkan pengembangan RTH publik yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan antara kedua *stakeholder* tersebut maka diperlukan penelitian pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR.

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah didapatkan hasil rumusan prinsip dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR berdasarkan 3 aspek, yaitu aspek lingkungan, aspek ekonomi, dan aspek sosial.

a) Aspek Lingkungan, prinsip pengembangan dari aspek ini meliputi :

1. Pengembangan RTH publik melalui program CSR dapat dikembangkan pada lokasi mana saja.
2. Jenis RTH publik yang dapat dikembangkan adalah taman kota.
3. Pengembangan mempertimbangkan fungsi ekologis dan fungsi sosial budaya.
4. Tematik pengembangan menjadi syarat wajib dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang.
5. Pemeliharaan wajib dilakukan oleh pihak swasta selama 6 bulan setelah peresmian RTH.

b) Aspek Ekonomi, prinsip pengembangan dari aspek ini meliputi :

1. Pihak swasta dapat memberikan bantuan CSR berupa pembangunan fisik RTH publik.

2. Perlu adanya penyederhanaan mekanisme kerjasama.
 3. Perlu adanya kejelasan proposal saat pemerintah mengajukan program.
 4. Program yang diajukan harus relevan dengan visi dan misi atau bidang CSR perusahaan.
 5. Perlu insentif kerjasama yang bersifat administratif dari pemerintah.
 6. Program memberikan dampak pada reputasi perusahaan.
- c) **Aspek Sosial**, prinsip pengembangan dari aspek ini adalah perlu mengoptimalkan media publikasi program CSR sebagai media *branding* Kota Malang dan pihak swasta yang telah terlibat.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Maka diberikanlah beberapa saran terhadap penelitian pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR, diantaranya adalah :

- 1) Bagi Pemerintah Kota Malang
 - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi Pemerintah Kota Malang dalam mengembangkan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR.
 - b. Perlu adanya kajian lebih lanjut yang dilakukan terkait waktu pemeliharaan yang efektif untuk dikelola pihak swasta setelah pembangunan RTH selesai dan terkait insentif kerjasama yang diberikan kepada pihak swasta setelah memberikan bantuan CSR.
 - c. Perlu adanya kajian lebih lanjut terkait tematik pengembangan RTH publik dengan mempertimbangkan lokasi RTH, fungsi RTH dan potensi wilayah sekitar.
 - d. Perlu adanya *Monitoring* dan Evaluasi (Monev) yang dilakukan pada jangka waktu tertentu yang bertujuan untuk mengukur efektivitas kerjasama yang sudah berjalan dan memelihara serta meningkatkan kualitas komunikasi antara para pihak.

- e. Perlu adanya perda terkait pelaksanaan program CSR di Kota Malang agar lebih jelas pelaksanaan dan pengawasannya.
- 2) Bagi Pihak Swasta
 - a. Perlu menjalankan prinsip pengembangan berdasarkan aspek sosial yaitu dengan melibatkan masyarakat dalam penyelenggaraan program CSR agar program sesuai dengan kebutuhan masyarakat
 - b. Perlu mensinergikan program CSR perusahaan dengan program pemerintah.
- 3) Bagi Masyarakat
 - a. Diperlukan keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan program CSR agar program sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
 - b. Diperlukan peran aktif masyarakat dalam mengawasi pelaksanaan program CSR.

“Halaman sengaja dikosongkan.”

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal dan E-Book

- Anindita, Y. A., & Suwandono, D. (2016). *Perilaku Pengguna Ruang Terbuka Publik Terkait Ketersediaan Akses Internet Pada Taman Lansia Kota Bandung*. Ruang, 21-30
- Bungin, Burhan. (2010). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Daniri, A. (2006). *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta: Kementrian Lingkungan Hidup
- Darmawan, Edy. (2007). *Peranan Ruang Publik dalam Perancangan Kota (Urban Design)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Dwihatmojo, R. (2012). *Ruang Terbuka Hijau yang Semakin Terpinggirkan*. Badan Informasi Geospasial
- Dwiyanto, A. (2009). Kuantitas dan Kualitas Ruang Terbuka Hijau di Permukiman Perkotaan. *Teknik*, 88-93
- Fahrizqi, A. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Haryanti, D. (2008). *Kajian Pola Pemanfaatan Ruang Terbuka Publik Kawasan Bundaran Simping Lima Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Indonesia Sanitation Sector Development Program (ISSDP). (2010). *Buku Panduan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility-CSR)*. Jakarta: Tim Teknis Pembangunan Sanitasi (TTPS)
- Krippendorff, Klaus. (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology (Second Edition)*. California: Sage Publication

- Laboratorium Perencanaan Lanskap Departemen Arsitektur Lanskap
Fakultas Pertanian IPB. *Makalah Lokakarya Pengembangan
Sistem RTH di Perkotaan*. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Maulida, R. R. (2015). *Konsep Penyediaan RTH Publik Melalui
Public Private Partnership di Kota Malang*. Surabaya: Institut
Teknologi Sepuluh Nopember
- Muhadjir, N. (1990). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta:
Penerbit Sarasin
- Nuryana, M. (2005). *Corporate Social Responsibility dan Kontribusi
bagi Penyediaan Berkelanjutan*. Bandung: Diklat Pekerjaan
Sosial Industri, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan
Kesejahteraan Sosial (BBPPKS)
- Pemerintah Kota Malang. (2015). *Laporan Kinerja Pemerintah Kota
Malang Tahun 2015*. Malang: Pemerintah Kota Malang
- Porter, Michael E. dan Mark R. Kramer. (2002). *"The Competitive
Advantage of Corporate Philanthropy"*, dalam Harvard Business
Review, December
- Rochim, F. & Syahbana, J. (2013). *Penetapan Fungsi dan Kesesuaian
Vegetasi pada Taman Publik Sebagai Ruang Terbuka Hijau
(RTH) di Kota Pekalongan (Studi Kasus: Taman Monumen 45
Kota Pekalongan)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Sadyohutomo. (2008). *Manajemen Kota dan Wilayah*. Jakarta: Bumi
Aksara
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. (2004). *Menjadi Bangsa Pemura:
Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*.
Jakarta: Piramedia
- Satria, B. (2015). *Penentuan Tema Ruang Terbuka Hijau Aktif di Kota
Malang Berdasarkan Preferensi Masyarakat*. Surabaya: Institut
Teknologi Sepuluh Nopember
- Satyo. (2001). *Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan*.
Jakarta: PT Intama Artha Indonesia

- Sevilla, C. (1993). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga
- Soetrisno, M. (2010). *Efektivitas Pemanfaatan Ruang Terbuka Non Hijau (RTNH) di Perumnas Toddopuli Panakkukang Permai Kota Makassar*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi. (2008). *Corporate Social Responsibility: What is and benefits for Corporate*
- Suparman, A.dkk. (2013). *Ruang Terbuka Kota Salah Satu Elemen Perancangan Kota*. Jakarta: Universitas Gunadarma
- Susanti, W. (2014). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Ruang Terbuka Publik di Bawah Jembatan Layang (Studi Kasus: Ahmad Yani, Kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan Vol.6 Nomor 1
- Syafralia, R. (2008). *Corporate Social Responsibility Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Studi Kasus Tentang Pelaksanaan dan Pemanfaatan Program Revitalisasi Taman Bungkul Surabaya Oleh TELKOM Divre V Jawa Timur Sebagai Bentuk Corporate Social Responsibility)*. Surabaya: Universitas Airlangga
- Tanudjaja, B. (2006). *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. Jurnal Nirmana, 92-98
- To'ifah, D. (2016). *Peran Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) dalam Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di Kota Malang*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
- UNCHS. (2001). *Global Reports on Human Settlements*. Nairobi: UN Habitat

Kebijakan dan Dokumen Perencanaan

- Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang. (2016). *Database Program CSR Berupa RTH Publik*. Malang: Pemerintah Kota Malang

- Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang. (2012). *Masterplan Ruang Terbuka Hijau Kota Malang Tahun 2012-2032*. Malang: Pemerintah Kota Malang
- Kementerian Pekerjaan Umum Dirjen Cipta Karya. (2012). *Mewujudkan Permukiman Layak Huni Melalui Kerjasama CSR Bidang Cipta Karya*. Jakarta: Kementerian Pekerjaan Umum Direktorat Jenderal Cipta Karya
- Kementrian Pekerjaan Umum Direktorat Jenderal Cipta Karya. (2012). *Strategi Kerjasama CSR Bidang Cipta Karya*. Jakarta: Kementrian Pekerjaan Umum Direktorat Jenderal Cipta Karya
- Keputusan Walikota Malang No. 188.45/184/35.73.112/2016 tentang Penetapan Taman Kota, Hutan Kota dan Jalur Hijau
- Laporan Kinerja Tahunan Pemerintah Kota Malang Tahun 2015
- Laporan Tahunan PT. Telekomunikasi Indonesia Tahun 2013
- Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 5 Tahun 2008 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Kawasan Perkotaan
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 1 Tahun 2007 tentang Penataan RTH Kawasan Perkotaan
- Peraturan Menterei BUMN Nomor PER-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan BUMN
- Peraturan Daerah Kota Malang No. 3 Tahun 2003 tentang Pengelolaan Pertamanan Kota dan Dekorasi Kota
- PT. Belaputra Interplan. (2014). *Ringkasan Eksekutif Kajian Konsep Pengembangan dan Pengelolaan Taman Kota Menjadi Taman Tematik di Kota Bandung*. Bandung: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Bandung
- RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Internet

Sanusi. (2016). *Toyota Sumbang 9 Milyar untuk Revitalisasi Taman Lalu Lintas Bandung*.

<http://www.tribunnews.com/regional/2016/02/16/toyota-sumbang-rp-9-miliar-untuk-revitalisasi-taman-lalu-lintas-bandung> (diakses pada tanggal 12 Juni 2017).

“Halaman sengaja dikosongkan.”

LAMPIRAN

LAMPIRAN A. DESAIN SURVEY

No.	Kebutuhan Data	Cara Memperoleh Data	Sumber Data	Instansi
1.	Jumlah luasan terbaru RTH publik di Kota Malang dan persebarannya	Survey Sekunder	Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/184/35.73.112/2016 tentang Penetapan Taman Kota, Hutan Kota, dan Jalur Hijau	Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang
2.	Dokumen perencanaan RTH di Kota Malang	Survey Sekunder	Masterplan RTH Kota Malang Tahun 2012-2032	
3.	Lokasi RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR	Survey Sekunder/ Survey Primer	<i>Database</i> Program CSR berupa RTH Publik	
4.	Penggunaan Lahan Kota Malang	Survey Sekunder	RPJMD Kota Malang Tahun 2013-2018	Barenlitbang Kota Malang
5.	Peta penggunaan lahan Kota Malang	Survey Sekunder	RTRW Kota Malang Tahun 2010-2030	
6.	Jumlah penduduk Kota Malang Tahun 2015	Survey Sekunder	Kota Malang dalam Angka Tahun 2016	BPS Kota Malang

Sumber : Penulis, 2017

“Halaman ini sengaja dikosongkan.”

LAMPIRAN B. ANALISIS STAKEHOLDER

Tabel B. 1 Identifikasi *Stakeholder* Menurut Kepentingan dan Pengaruh

Kelompok <i>Stakeholders</i>	<i>Interest Stakeholders</i> terhadap Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR	Pengaruh (<i>Influence</i>) <i>Stakeholders</i> terhadap Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR	Dampak Program terhadap <i>Interest</i> (+) (0) (-)	Kepentingan (<i>Importance</i>) <i>Stakeholders</i> terhadap Kesesuaian Program	Pengaruh (<i>Influence</i>) <i>Stakeholders</i> terhadap Kesesuaian Program
Kelompok Pemerintah					
Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Kota Malang	1. Meningkatkan perencanaan pembangunan yang berwawasan lingkungan 2. Mengoptimalkan pemanfaatan ruang kota dengan menyusun kebijakan umum perencanaan pembangunan dan pengendalian RTH 3. Meningkatkan koordinasi dan pengendalian pembangunan	1. Terlibat dalam meningkatkan perencanaan pembangunan yang berwawasan lingkungan 2. Terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian pembangunan kota	+	4	3
Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang	1. Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pertamanan 2. Penyusunan program dan perancangan pertamanan serta bahan bimbingan dan penyuluhan di bidang pertamanan 3. Pelaksanaan pembangunan, pemeliharaan, pengawasan dan pengendalian taman 4. Pelaksanaan pengadaan tanaman dan perawatannya 5. Pemberian pertimbangan teknis perizinan dan pencabutannya dalam pembangunan Taman Kota	1. Terlibat dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis 2. Terlibat dalam pelaksanaan pendataan/inventarisasi taman kota 3. Terlibat dalam pelaksanaan pengaturan, penataan dan pengelolaan taman kota 4. Terlibat dalam koordinasi dengan instansi terkait di bidang pemanfaatan taman kota 5. Terlibat dalam koordinasi dengan instansi terkait di bidang pembangunan taman kota	+	5	5
Kelompok Swasta					
Bank BRI Kanwil Malang	Merupakan perusahaan BUMN yang memiliki lokasi usaha di Kota Malang	Perusahaan ini telah memberikan bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang, yaitu pembangunan revitalisasi Alun-Alun Merdeka Kota Malang.	+	5	5
PT. Patra Jasa	Merupakan anak perusahaan PT. Pertamina yang biasa melaksanakan program CSR dari PT. Pertamina.	Memiliki bidang program CSR pelestarian alam sehingga dapat memberikan preferensinya dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR	+	3	2
PT. Telkom Indonesia Divisi	Merupakan perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan program CSR	Memiliki lokasi usaha di Kota Malang serta memiliki bidang program CSR pelestarian alam dan pernah memberikan bantuan CSR serupa di Kota Surabaya,	+	4	3

Kelompok Stakeholders	Interest Stakeholders terhadap Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR	Pengaruh (Influence) Stakeholders terhadap Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program CSR	Dampak Program terhadap Interest (+) (0) (-)	Kepentingan (Importance) Stakeholders terhadap Kesesuaian Program	Pengaruh (Influence) Stakeholders terhadap Kesesuaian Program
Regional V Jatim	PT.Telkom di wilayah regional Jawa Timur, salah satunya Kota Malang	sehingga dapat memberikan preferensinya dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR			

Keterangan :

Kolom Dampak :

- (+) Berdampak Positif
(0) Tidak Berdampak
(-) Berdampak Negatif

Kolom Kepentingan :

- 1 = Little/No Importance
2 = Some Importance
3 = Moderate Importance
4 = Very Importance
5 = Critical Player

Kolom Pengaruh:

- 1 = Little/No Influence
2 = Some Influence
3 = Moderate Influence
4 = Significant Influence
5 = Very Influential

Dari identifikasi tersebut, selanjutnya dilakukan pemetaan *stakeholder* berdasarkan pengaruh dan kepentingannya. Berikut adalah tabel pemetaan *stakeholder*.

Tabel B. 2 Pemetaan Stakeholder Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Pengaruh

Tingkat Kepentingan (Importance) Stakeholder	Pengaruh Aktivitas (Influence) Stakeholder				
	Little/No Influence	Some Influence	Moderate Influence	Significant Influence	Very Influential
Little/No Importance					
Some Importance					
Moderate Importance		PT. Patra Jasa			
Very Importance			- Barenlitbang Kota Malang - PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim		
Critical Player					- Bidang Pertamanan, Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang - Bank BRI Kanwil Malang

Sumber : Hasil Analisis Stakeholder, 2017

Keterangan :



Stakeholder Kunci



Stakeholder Pendukung

LAMPIRAN C. PANDUAN OBSERVASI

OBSERVASI

JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
2017



Nama : Auliyaa Syara Diinillah
NRP : 3613100012
Tujuan Observasi : Mengetahui kondisi RTH publik di Kota Malang yang dikembangkan melalui CSR
Objek : RTH publik di Kota Malang yang dikembangkan melalui program CSR


Lembar Observasi :

No.	Variabel	Ya	Tidak	Keterangan
1.	Apakah kondisi keseluruhan RTH publik dalam keadaan baik?			
2.	Apakah lokasi RTH publik mudah di akses?			
3.	Apakah akses menuju RTH publik dalam kondisi baik?			
4.	Apakah terdapat fasilitas bagi penyandang cacat?			
5.	Apakah fasilitas tersebut dalam keadaan baik?			
6.	Apakah terdapat fasilitas penunjang aktivitas sosial budaya?			
7.	Apakah fasilitas tersebut dalam keadaan baik?			
8.	Apakah terdapat aktivitas sosial yang timbul di dalam RTH publik?			

No.	Variabel	Ya	Tidak	Keterangan
9.	Apakah terdapat fasilitas penunjang kebersihan?			
10.	Apakah fasilitas tersebut dalam keadaan baik?			
11.	Apakah terdapat fasilitas penunjang keamanan?			
12.	Apakah fasilitas tersebut dalam keadaan baik?			
13.	Bagaimana keadaan vegetasi berupa semak di dalam RTH publik? Apakah mengganggu pandangan?			
14.	Vegetasi apakah yang tumbuh di dalam RTH?			
15.	Apakah kondisi vegetasi dalam keadaan baik?			

LAMPIRAN D. DESAIN SCREENER RESPONDEN

SCREENER IDI

Project name	: Pengembangan RTH Publik di Kota Malang Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	
Exec in charge	: ASD/HS	

Nama responden:		No KTP :	
Alamat lengkap :			
RT:	RW:	KEL:	KEC:
KODE POS:		KOTA :	
No telpon rumah:		No Hp:	
No telpon kantor:		Alamat email:	
Nama interviewer:		Interviewer ID:	
Tgl/bln/th Interview:		Jam mulai:	
Lama waktu Interview:		Jam selesai:	

Saya menyatakan bahwa wawancara ini telah dilaksanakan benar-benar sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dan telah dilakukan dengan seseorang yang tidak saya kenal sebelumnya.	TTD Interviewer	TTD PL
---	--------------------	--------

IDI Maximum 1 jam

Lokasi : Kota Malang

Kriteria Responden :

- Laki-Laki atau Wanita
- Pendidikan terakhir minimal Diploma

A. 2 IDI Segmen Pemerintah

1. Usia 30-60 Tahun
2. Telah bekerja di Barenlitbang Kota Malang/Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang minimal selama 5 tahun
3. Merupakan perwakilan dari pemerintah yang dituju hasil dari analisis *stakeholder*

4. Ikut berpartisipasi atau terlibat dalam perencanaan RTH publik yang dibangun melalui program CSR

B. 3 IDI Segmen Swasta

1 IDI Swasta yang telah memberi bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang

1. Usia 30-65 Tahun
2. Merupakan perwakilan dari pihak swasta yang **telah** memberi bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang dan termasuk dalam kategori *critical player*
3. Telah bekerja di perusahaan selama 5 tahun
4. Mengetahui kebijakan mengenai pelaksanaan program CSR perusahaan
5. Pernah berpartisipasi atau terlibat dalam perencanaan RTH publik yang dibangun melalui program CSR

2 IDI Swasta yang belum memberi bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang

1. Usia 30-65 Tahun
2. Merupakan perwakilan dari pihak swasta yang **belum** memberi bantuan CSR berupa RTH publik di Kota Malang dan termasuk dalam kategori *critical player*
3. Telah bekerja di perusahaan selama 5 tahun
4. Mengetahui kebijakan mengenai pelaksanaan program CSR perusahaan

Naskah Pertanyaan

(catatan: interviewer boleh melakukan improvisasi pada bahasa dengan syarat substansi dan tahapan pertanyaan harus tetap sesuai pedoman naskah).

“Selamat (pagi/siang/sore/malam), nama saya Auliyaa Syara Diinillah dari ITS Surabaya. Dalam waktu dekat saya, akan mengadakan wawancara mengenai pendapat pemerintah/swasta untuk suatu topik dan sekarang saya sedang mencari responden yang sekiranya bersedia untuk terlibat dalam diskusi tersebut. Mohon diingat bahwa kami tidak berniat menjual apapun dan setiap informasi yang kami kumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian saja”.

Q1A. Jenis Kelamin (Observasi)

JENIS KELAMIN	(Q1A)	KETERANGAN
Laki-laki	1	LANJUTKAN
Perempuan	2	LANJUTKAN

Q1B. Hanya untuk tujuan klasifikasi tolong sebutkan umur anda (SA)

UMUR	(Q1B)	KETERANGAN
18 - 29 tahun	1	STOP & TK
30 - 41 tahun	2	LANJUTKAN
42 - 53 tahun	3	LANJUTKAN
54 - 65 tahun	4	LANJUTKAN
> 65 tahun	5	STOP & TK
Tidak tahu/tidak mau menjawab	6	STOP & TK

Berapakah Tepatnya Umur Anda : ____ Tahun

Q1C. Apakah pendidikan terakhir Anda? (SA)

PENDIDIKAN TERAKHIR	(Q1C)	KETERANGAN
Tidak tamat SD	1	STOP & TK
SD	2	STOP & TK
SMP	3	STOP & TK
SMA	4	STOP & TK
Diploma	5	LANJUTKAN
S1	6	LANJUTKAN
S2	7	LANJUTKAN
S3	8	LANJUTKAN

Q2. Dapatkah Anda menjelaskan pekerjaan Anda saat ini? (SA)

PEKERJAAN	(Q2)	KETERANGAN
Pelajar	1	STOP & TK
Mahasiswa	2	STOP & TK
Pegawai Barenlitbang Kota Malang	3	LANJUTKAN Q3
Pegawai Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang	4	LANJUTKAN Q3
Pegawai Swasta Pemberi CSR Berupa RTH Publik	5	LANJUTKAN Q6

PEKERJAAN	(Q2)	KETERANGAN
Pegawai Swasta yang Belum Memberi CSR Berupa RTH Publik	6	LANJUTKAN Q6
Pengangguran	7	STOP & TK
Tidak tahu/menolak menjawab	8	STOP & TK

TANYAKAN HANYA UNTUK SEGMENT PEMERINTAH

Q3. Sudah berapa lama Anda bekerja di tempat Anda bekerja?

JAWABAN	(Q3)	KETERANGAN
< 1 tahun	1	STOP & TK
1-2 tahun	2	STOP & TK
3-4 tahun	3	STOP & TK
5-6 tahun	4	LANJUTKAN
Lebih dari 6 tahun	5	LANJUTKAN

Q4A. Apakah Anda mengetahui RTH publik? (SA)

JAWABAN	(Q4A)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

Q4B. Apakah Anda terlibat dalam perencanaan pengembangan RTH publik?

JAWABAN	(Q4B)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

Q5A. Apakah Anda mengetahui tentang CSR?

JAWABAN	(Q5A)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

Q5B. Apakah Anda pernah terlibat dalam kerjasama CSR dalam pengembangan RTH publik?

JAWABAN	(Q5B)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

TANYAKAN HANYA UNTUK SEGMENT SWASTA**Q6.** Sudah berapa lama Anda bekerja di tempat Anda bekerja?

JAWABAN	(Q6)	KETERANGAN
< 1 tahun	1	STOP & TK
1-2 tahun	2	STOP & TK
3-4 tahun	3	STOP & TK
5-6 tahun	4	LANJUTKAN
Lebih dari 6 tahun	5	LANJUTKAN

Q7A. Apakah Anda mengetahui tentang CSR?

JAWABAN	(Q7A)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

Q7B. Apakah Anda mengetahui tentang bentuk-bentuk CSR? (SA)

JAWABAN	(Q7B)	KETERANGAN
Ya Sebutkan	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

Q7C. Apakah perusahaan tempat Anda bekerja pernah terlibat dalam kerjasama CSR dalam pengembangan RTH publik?

JAWABAN	(Q7C)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	LANJUTKAN

Q7D. Apakah Anda mengetahui kebijakan CSR dalam perusahaan Anda?

JAWABAN	(Q7D)	KETERANGAN
Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP & TK

TANYAKAN PADA SEMUA SEGMENT

Q8. Manakah dari pernyataan berikut yang paling sesuai dengan Anda?

JAWABAN	(Q8)	KETERANGAN
Saya sangat mengetahui pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang dan saya aktif terlibat dalam proses perencanaannya	1	LANJUTKAN
Saya sangat mengetahui pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang dan saya pernah terlibat dalam proses perencanaannya	2	LANJUTKAN
Saya mengetahui sebagian pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang namun saya pernah terlibat dalam proses perencanaannya	3	LANJUTKAN
Saya mengetahui sebagian mengenai pengembangan RTH publik melalui program CSR di Kota Malang dan saya tidak pernah terlibat dalam proses perencanaannya	4	STOP & TK
Saya tidak mengetahui sama sekali dan saya tidak pernah terlibat dalam program apapun mengenai hal tersebut	5	STOP & TK

Q9. Saya akan membacakan beberapa pernyataan. Mohon beritahu saya pernyataan mana yang sesuai menggambarkan diri Anda. Saya tekankan tidak ada jawaban benar dan salah.

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Antara Setuju dan Tidak	Setuju	Sangat setuju
Saya suka berbincang dengan teman baru dan membagi pendapat saya dengan mereka	1	2	3	4*	5*
Teman-teman saya merasa saya adalah orang yang ramah	1	2	3	4*	5*
Saya tidak suka bertemu dengan orang-orang baru atau orang asing	1*	2*	3	4	5
Walaupun saya mempunyai pendapat saya sendiri, saya menghargai pendapat orang lain	1	2	3	4*	5*

Semua responden harus memilih kode yang ada di kotak abu-abu dengan yanda (*), bila tidak, STOP&TK

Q10. Saya mencari orang seperti Anda untuk suatu sesi obrolan non formal mengenai pengembangan RTH publik melalui program CSR yang akan berlangsung selama kurang lebih 2 jam dan Anda saya undang untuk mengikuti sesi ini. Apakah Anda bersedia?

Sekali lagi, saya tidak berniat menjual apapun dan hasil dari sesi ini akan saya jaga kerahasiaannya

Ya	1	LANJUTKAN
Tidak	2	STOP&TK

Untuk interviewer

Dari manakah Anda memperoleh responden?

Buat janji dengan responden untuk sesi selanjutnya

LAMPIRAN E. LEMBAR KODE (*LIST OF CODE*)

LEMBAR KODE/ *LIST OF CODE*

Lembar kode merupakan kumpulan kode untuk menunjukkan suatu unit baik unit analisis maupun unit data yang berfungsi untuk mempermudah memperoleh intisari dan penginterpretasian hasil wawancara.

KODE *STAKEHOLDER* :

Huruf	Angka	Warna	<i>Stakeholders</i>
G	1		Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang
G	2		Barenlitbang Kota Malang
P	1		Bank BRI Kanwil Malang
P	2		PT. Patra Jasa (Anak Perusahaan PT. Pertamina)
P	3		PT. Telkom Indonesia Divre V Jatim

Contoh : **G2** maka kode untuk Barenlitbang Kota Malang

Kode Variabel Penelitian

Kode untuk menunjukkan variabel kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR yang merupakan variable dari penelitian ini :

Angka	Warna	Variabel Penelitian (Kode : C)
1		Lokasi RTH publik
2		Jenis RTH publik
3		Fungsi RTH publik
4		Tematik pengembangan RTH publik
5		Bentuk bantuan CSR dalam RTH publik
6		Jangka waktu pemeliharaan RTH publik
7		Mekanisme penyelenggaraan program CSR
8		Bentuk pendekatan pemerintah
9		Kesesuaian program CSR dengan perusahaan
10		Bentuk insentif kerjasama
11		Dampak program CSR terhadap perusahaan
12.		Ketersediaan media promosi perusahaan dalam RTH publik
13.		Keterlibatan masyarakat
14.		Ketersediaan media publikasi program CSR

Kode Variabel Tambahan :

Kode untuk menunjukkan variabel **tambahan** kebutuhan pengembangan RTH publik melalui program CSR yang meliputi :

Angka	Warna	Variabel Tambahan (Kode : T)
1		Kesesuaian dengan tata ruang
2		Pengadaan lahan baru
3		Kelembagaan pengelolaan RTH publik



= menunjukkan penjelasan variabel komponen di dalam RTH publik

Contoh :



= menunjukkan penjelasan bentuk bantuan CSR dalam RTH publik dengan urutan ke n

LAMPIRAN F. PEDOMAN WAWANCARA SASARAN 1

PEDOMAN WAWANCARA PENGEMBANGAN RUANG TERBUKA HIJAU PUBLIK DI KOTA MALANG MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
TAHUN 2017**

BIODATA PENELITI

Nama	: Auliyaa Syara Diinillah
NRP	: 3613100012
No. Telpn	: 085646424330
Jurusan	: Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas	: Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Judul Penelitian	: Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
Dosen Pembimbing	: Dr. Ing. Ir. Haryo Sulistyarso

A. PENDAHULUAN

Bapak/Ibu yang saya hormati, saya Auliyaa Syara Diinillah selaku mahasiswa jurusan Perencanaan Wilayah dan kota ITS yang sedang melakukan penelitian Tugas Akhir tentang *Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian yang saya lakukan ini terkait dengan preferensi Anda sebagai *stakeholder* di dalam mengeksplorasi fakta terkait kebutuhan RTH publik antara Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Atas bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

B. IDENTITAS RESPONDEN

STAKEHOLDER

Dinas/Badan/Perusahaan :
 Jabatan :

BIODATA

Nama :
 Alamat :
 No. HP :
 Jenis Kelamin :
 Usia :
 Tanggal Pengisian :

C. INTERVIEW

Tujuan *Interview* :

Mengumpulkan data dan informasi serta mengeksplorasi fakta terkait kebutuhan RTH publik antara preferensi Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konten *Interview* :

Preferensi narasumber terhadap kebutuhan pengembangan RTH publik antara Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta melalui program CSR.

Latar Belakang Penelitian :

Saat ini proporsi RTH publik di Kota Malang belum mencapai proporsi minimal 20%. Dalam Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/184/35.73.112/2016 tentang Penetapan Taman Kota, Hutan Kota dan Jalur Hijau, untuk tahun 2016 jumlah luasan RTH publik di Kota Malang masih sebesar 1.362,32 atau sama dengan 12,38% dari luas total wilayah Kota Malang yaitu sebesar 11.006 Ha yang seharusnya mencadangkan 2.201,2 Ha untuk RTH publik 20%. Dalam pemenuhan proporsi minimal 20%, Pemerintah Kota Malang memiliki kendala yaitu terbatasnya dana APBD untuk mengembangkan RTH publik. Maka dari itu, Pemerintah Kota Malang menjalin kerjasama dengan sejumlah perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berasarkan *database* program CSR dari Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, dalam kurun waktu tahun 2011-2017 telah dilaksanakannya 16 program CSR. Permasalahan

yang timbul dari sisi Pemerintah Kota Malang adalah persebaran RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR belum merata. RTH publik tersebut hanya terpusat pada Kecamatan Klojen yang merupakan pusat dari Kota Malang. Sedangkan dari sisi pihak swasta, permasalahan yang timbul adalah kurangnya keterpaduan antara lembaga eksekutif dan legislatif yang dapat dilihat pada kasus pembangunan revitalisasi Alun-Alun Kota Malang.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dilihat bahwa pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR masih belum efektif. Maka dari itu, diperlukan penelitian terkait pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang efektif berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta.

List Pertanyaan

“Selamat (pagi/siang/sore/malam), perkenalan nama saya Auliya Syara Diinillah, mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota ITS Surabaya. Dalam kesempatan kali ini, saya ingin melakukan interview, dengan topik pengidentifikasian kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang berdasarkan preferensi pemerintah dan pihak swasta melalui program CSR. Informasi yang Bapak/Ibu berikan akan sangat bermanfaat bagi penelitian saya”.

PERTANYAAN UMUM

(Pertanyaan bersifat eksplorasi umum dan akan diarahkan peneliti untuk mencari persepsi dan preferensi narasumber tentang kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang yang dibangun melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) berdasarkan variabel penelitian)

1. Apa yang Anda ketahui terkait dengan RTH publik di Kota Malang?
2. Apa yang Anda ketahui terkait dengan RTH publik yang dibangun melalui program CSR?

Keterangan RTH Publik yang Dibangun Melalui Program CSR

No.	Nama RTH Publik
1.	Taman Kendedes
2.	Alun-Alun Merdeka Kota Malang
3.	Taman Cerdas Trunojoyo
4.	Merbabu Family Park
5.	Taman Bundaran Pesawat Jl. Soekarno Hatta
6.	Taman Singha Merjosari
7.	Hutan Kota Malabar
8.	Taman Kunang-Kunang
9.	Taman Slamet
10.	Pedestrian Jalan Ijen
11.	Jalur Hijau Jl. Raya Sawojajar
12.	Taman dan Pedestrian Dieng

PERTANYAAN

1. Menurut preferensi Anda, apa pertimbangan dalam memilih lokasi RTH yang dikembangkan melalui program CSR?
2. Jenis RTH publik apa yang perlu dikembangkan di Kota Malang?
3. Fungsi RTH apa yang perlu dikembangkan di Kota Malang?
4. Apakah RTH publik di Kota Malang telah dikembangkan berdasarkan konsep tertentu? Sejauh mana Pemkot memikirkan hal itu?
5. Untuk kejelasan fungsi *signage* (pertandaan), sejauh mana Pemkot memikirkan hal itu?
6. Apa bentuk bantuan yang telah diberikan pihak swasta dalam memberikan bantuan CSR?
7. Bentuk bantuan CSR apa yang dibutuhkan dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang?
8. Bagaimana mekanisme penyelenggaraan program CSR dalam bentuk pengembangan RTH publik?
9. Apakah dalam merencanakan program CSR pemerintah dan swasta melibatkan masyarakat?
10. Jika dalam pengembangan RTH publik dilakukan melalui program CSR, maka bagaimana bentuk pendekatan pemerintah dalam menawarkan program untuk dikembangkan melalui program CSR?
11. Berapa lama jangka waktu pemeliharaan RTH publik yang menjadi tanggung jawab pihak swasta?

12. Apakah program CSR yang telah diberikan pihak swasta telah sesuai dengan bidang/tujuan perusahaan?
13. Apakah perlu adanya kesesuaian program CSR dengan bidang dari perusahaan yang memberikan bantuan?
14. Bentuk insentif apa yang akan Anda berikan kepada perusahaan jika memberikan bantuan CSR tersebut?
 - a. Fisik (perijinan pendirian iklan di dalam RTH publik)
 - b. Non Fisik (keringanan pembayaran pajak, kemudahan perijinan pendirian kegiatan usaha, dll)
15. Apakah terdapat ketentuan pendirian baliho, iklan, dll di dalam RTH?
16. Apa dampak yang didapatkan perusahaan setelah memberikan bantuan CSR?
17. Apakah terdapat masalah yang muncul selama program CSR yang sedang berlangsung?
18. Apakah ada media publikasi dari pemerintah yang memuat publikasi terkait program-program CSR yang telah dibangun selama ini?
19. Adakah variabel lain yang dibutuhkan dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR selain yang telah disebutkan?

LAMPIRAN G. HASIL WAWANCARA SASARAN 1

Lampiran G1. Transkrip Wawancara G1

TRANSKRIP 1

KODE

G1 (GOVERNANCE 1)

I (INTERVIEWER)



Nama	: Ismintarti, SP.
Jabatan	: Kepala Seksi Taman
Instansi	: Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang
Alamat	: Jl. Bingkil No.1 Malang
Jenis Kelamin	: Perempuan
Usia	: 45 Tahun
Waktu <i>Interview</i>	: Kamis, 23 Februari 2017 (mulai 09.30 WIB – berakhir 10.20 WIB)

- I : Assalamualaikum Bu, perkenalkan nama saya Auliya Syara biasa dipanggil Syara, saya mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota ITS Surabaya.
- G1 : Iya mbak
- I : Pertama saya akan menjelaskan terkait penelitian saya ini Bu. Jadi seperti yang kita ketahui sekarang ini di Kota Malang sedang mengembangkan RTH melalui program CSR.
- G1 : Iya mbak
- I : (*Interviewer* menjelaskan latar belakang penelitian)
- G1 : Oh iya mbak, jadi apa yang bisa saya bantu mbak?
- I : Jadi masuk ke pertanyaan pertama yang masih umum ya Bu ya, apa yang Ibu ketahui terkait dengan RTH publik di Kota Malang ini?
- G1 : Pertama saya bekerja dibidang pertamanan, saat ini sejak 1 Januari 2017 bidang pertamanan tidak lagi di Dinas Kebersihan dan Pertamanan tetapi di Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman (Disperkim). Tugas pokok fungsi tetap sama, yaitu perencanaan,

pengelolaan dan pengawasan sebagian dari RTH publik. Mengapa sebagian? Karena sesuai dengan Permen PU No. 5 Tahun 2008 RTH publik itu ada beberapa yang diluar kewenangan bidang taman atau Disperkim. Baik, sesuai dengan apa yang saya ketahui ruang terbuka hijau itu adalah ruang yang dipergunakan sebagai atau difungsikan sebagai taman kota, hutan kota maupun jalur hijau sesuai kewenangan kami, dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk tujuan menyediakan ruang interaksi publik dengan tetap menjaga keseimbangan ekosistem di perkotaan, sekali lagi di perkotaan. Sehingga kalo istilah hutan kota pasti berbeda dengan hutan di pedalaman, seperti itu kurang lebihnya.

I : Baik Bu, kalo menurut Ibu lagi apa sih yang Ibu ketahui terkait RTH publik yang dikelolanya melalui program CSR?

G1 : Baik, RTH publik seperti yang tadi saya sampaikan adalah suatu space geospasial ya, hmm ruang, ruang itu jadi terbayang ruang ya volume ya jadi ada panjang lebar, apa namanya volume yang bisa kita isi. Nah, kalo pengelolaan beda lagi. Penyediaannya ditetapkan oleh pemerintah daerah pengelolaannya bisa ada dua, yaitu pembangunan dan pemeliharaan. Pembangunan atau revitalisasi bisa dilakukan dengan struktur dana APBD, APBN ataupun CSR. Jadi saat ini sedang marak sejak Abah Anton ya menjadi walikota Malang, skema pembangunan RTH publik itu oleh CSR sangat dikedepankan oleh beliau karena memang kenyataannya APBD sangat sulit untuk dialokasikan untuk pembangunan. Karena kita juga harus memelihara RTH yang ada, seperti itu.

C6.1

I : Kalo biasanya APBD itu kira-kira *range* nya itu berapa sih Bu? Kisaran APBD itu berapa sih Bu kalo boleh tahu?

G1 : Hmm mungkin kisaran 4 Milyar ya, tetapi jangan lupa bahwa itu buanyak rincian kebutuhannya dan rasanya space untuk membangun itu akan sangat sulit. Gini, contohnya aja untuk membangun 1 Alun-alun saja itu bisa 6 Milyar, bisa-bisa kita tidak membeli... Jadi gini, 4 Milyar itu kan untuk memenuhi berbagai keperluan pemeliharaan utamanya contoh membayar tenaga harian lepas, orang-orang teman-teman kita yang mau menjaga taman yang memotong rumput, yang nyapu, yang nyiram. Belum lagi alatnya, BBM nya, iya kan. Alat harus di maintenance dipelihara di bengkel segala macem. Nah itu jadi *breakdown* 4 Milyar itu sebenarnya lebih maintenance, jadi ketika dia dipake untuk pembangunan, bisa-bisa kita goyah karna nggak bisa digunakan untuk *maintenance*. Contohnya aja kaya gini deh yang skalanya lebih kecil, Taman Kunang-Kunang atau Taman Cerdas

Trunojoyo itu kan sekitar 1,5-2 Milyar. Bisa anda bayangkan anggaran pemeliharaan 4 M kemudian dipangkas untuk pembangunan 1 saja lokasi.

I : Iya ya Bu sudah setengahnya ya Bu.

G1 : Betul, dikhawatirkan akan mengganggu pemeliharaan RTH yang sudah bagus ini atau yang banyak lainnya. Dana pemeliharaan itu loh mbak nambah 500 jt saja itu kami sudah bersyukur mbak. Makanya strategi gimana biar meminimalisir pemeliharaan? Kita ada polisi taman, petugas-petugas operatornya, itu semuanya apa? Minimize kan? Kita juga pakai timer loh tiap 20 menit anak-anak gentian, itu sebenarnya salah satu cara untuk itu kan mbak. Kalo di *playground* di bebaskan kebayang gak sih mbak kalo yang didalam *unlimited* bisa-bisa sebulan kali ya rusak. Itu salah satu *managementnya*.

C5.1

I : Sekarang saya masuk ke pertanyaan yang menyangkut variabel saya ya Bu. Yang pertama, terkait pertimbangan pemilihan lokasi RTH publik yang bisa dikembangkan melalui program CSR. Nah itu kira-kira apa pertimbangan pemilihannya ya Bu agar pihak swasta tertarik untuk memberikan bantuan CSR?

G1 : Kalo misalnya dalam rangka CSR ya, pasti dia mencari yang intensitas pengunjung yang menikmatinya tinggi. Makanya kalo lihat dari lokasi-lokasi CSR pasti mencari pusat-pusat keramaian ya.

C1.1

I : Iya Bu pasti nyari tempat ramai hehe. Tapi ada tidak Bu seperti di Kedungkandang kan itu termasuk di pinggir kota, itu ada CSR yang milih lokasi disana?

G1 : Belum ada mbak.

C1.2

I : Oh belum ada Bu ya? Pasti mereka mintanya di pusat perkotaan ya Bu ya?

G1 : Iya mbak, saya pikir mereka masih berpikir rasional untuk mencari lokasi dipusat perkotaan.

C1.3

I : Kalo ini Bu, dari segi jenis RTH publik yang butuh dikembangkan di Kota Malang ini apa Bu?

G1 : Ya semua jenis butuh ya mbak. Sesuai dengan kewenangan kita kan jenis RTH publik itu meliputi taman kota, hutan kota, dan jalur hijau. Nah kalo ditanya butuh ya semuanya kita butuh mbak hehe... karena memang fokus kita ya mengembangkan ketiganya mbak..

C2.1

I : Kemudian, untuk fungsi RTH publik ya Bu. RTH kan memiliki banyak fungsi, dari yang paling utama fungsi ekologis, kemudian fungsi pendukungnya ada fungsi sosial budaya, fungsi ekonomi, dan

fungsi estetika. Nah kalo di Malang ini fungsi apa yang butuh dikembangkan?

- G1 : Kalo ekologis itu pasti ya mbak, karena benar kan itu utama ya. Nah setelah fungsi ekologis, kita juga mengembangkan fungsi sosial budayanya. Terutama di taman kota dan jalur hijau ya. Makanya kita kasih tempat duduk disitu, tempat bermain anak, fasilitas olahraga dan lain sebagainya. Kecuali kalo hutan kota ini dibatasi ya fungsi sosial budayanya. Kalo tempat duduk dan fasilitas olahraga berupa *jogging track* kita masih kasih di dalam hutan kota, tapi kalo area bermain anak itu nggak karena di Permen PU No. 5 Tahun 2008 kan juga sudah diatur kalo gak ada area bermainnya.

C3.1

- I : Oh iya kalo di hutan kota lebih ke fungsi ekologis sama edukatif ya Bu?

- G1 : Nah iya edukatif, makanya kita pasang juga tuh mbak papan-papan nama pohon dimasing-masing pohon sebagai sarana pembelajaran juga bagi pengunjung. Terus ada kaya *signage* terkait hidup sehat sehingga memberikan informasi tentang hidup sehat ke pengunjungnya.

C3.2

- I : Kemudian untuk fungsi ekonomi dan fungsi estetika bagaimana Bu?

- G1 : Nah kalo fungsi ekonomi nggak ya mbak. Karena memang tidak diperbolehkan adanya kegiatan ekonomi di dalam RTH. Tapi kalo diluar RTH itu tidak apa-apa. Kenapa? karena itu akan mengundang kekumuhan juga ada sampah ya ketidaktertiban lah intinya gitu kan. Satu dimasukkin yang lainnya akan bertanya kenapa saya gak boleh. Lalu sampai berapa banyak yang harus dimasukkan? dan itu menjadi PR yang tidak ada habisnya. Jadi sudah amannya di luar.

C3.3

- I : Oh iya Bu, nanti menimbulkan iri juga ya Bu, terus takutnya juga tamannya malah jadi kotor ya Bu?

- G1 : Iya bener banget mbak. Kalo fungsi estetika, itu penting banget mbak. Kita juga sekarang sangat memperhatikan itu. Karena dengan estetika yang bagus itu juga menjadi daya tarik visual bagi masyarakat sehingga banyak yang mengunjungi. Makanya sekarang kita mulai mengembangkan taman-taman kota juga dengan tematik.

C3.4

- I : Jadi di masing-masing taman ada tematiknya ya Bu?

- G1 : Kita usahakan begitu.

C4.1

- I : Seperti di Alun-Alun itu ada tematiknya Bu?

- G1 : Tematik Alun-Alun, Alun-Alun itu kalo baca Malang Tempoe Dulu karya Bapak Dukut Imam Widodo Alun-Alun itu identik dengan

C4.2

lapangan rumput luas. Makanya gak banyak yang semak-semak gak seperti dulu sebelum di revitalisasi.

I : Iya dulu agak serem sih Bu, saya dulu takut kalo mau ke sana hehe

G1 : Nah kita kembalikan ke konsep awal. Alun-Alun itu kan lapangan padang rumput bahwa ditandai biasanya beringin.

C4.3

I : Brarti seperti Taman Cerdas Trunojoyo itu ada perpustakaannya termasuk tematiknya ya Bu?

G1 : Iya betul.

C4.4

I : Untuk *signage*, di RTH publik penting gak Bu? Dan sejauh mana pemerintah memikirkan itu Bu?

G1 : Penting banget mbak. Karena satu, *signage* sebenarnya juga media sosialisasi ini taman apa. Itu juga branding ya, itu juga bisa jadi sarana kreatif untuk foto-foto. Kalo kita gak mikirin, apa susah nya sih kita buat papan berapa kali berapa ditulis aja ini taman apa. Tapi kan itu gak playful, gak menarik. Terus bisa buat foto itu kan estetisnya aja ya tapi kalo bisa dua atau tiga tujuan kenapa nggak, makanya biasanya didesain sebagus mungkin sampai di kasih lampu.

C4.5

I : Dan dari swasta yang memberikan CSR juga tau terkait hal itu ya Bu?

G1 : iya itu jadi syarat utama kita. Bahwa kita harus tematik dan harus ada signage itu wajib.

C4.6

I : Masuk ke CSR ya Bu, kalo boleh tahu bentuk bantuan apa aja sih Bu yang dibutuhkan dari pihak swasta tersebut dalam pengembangan RTH publik?

G1 : Oke saya cerita dulu ya Mbak, CSR ini mulai dikembangkan dari tahun 2013. Pertama kali itu di Taman Cerdas Trunojoyo yang depan Alun-Alun itu oleh PT. Bentoel. Lalu Merbabu Family Park oleh PT. Beiersdorf yang produsennya nivea sama hansaplast itu mbak. Terus ada juga Alun-Alun Kota Malang itu oleh Bank BRI. Nah dari situ mulai berkembang banyak sampai sekarang mbak. Nah itu beda-beda mbak yang diberi apa aja. Kalo PT. Bentoel itu yang Taman Cerdas dia ngasih DED (*Detail Engineering Design*) plus fisik kecuali pohon trembesi sama rumput gajah yang di dalamnya. Sama seperti Merbabu juga gitu mbak

C6.2

I : Brarti vegetasinya nggak ya Bu?

G1 : Vegetasi yang mana dulu nih? Kalo yang tanaman hias di dalamnya itu Bentoel yang ngasih, tapi kalo pohon trembesi sama rumput di dalamnya itu dari sananya dulu cuma itu aja mbak.

C6.3

I : Itu semuanya sama ya Bu nyumbang nya? Brarti hampir semuanya inisiatif DED nya dari mereka ya Bu ya?

G1 : Iya mbak, kecuali Alun-Alun ini desainnya kita sayembarakan dulu. Kenapa? Karena Alun-Alun itu historinya kan panjang banget, aset pentingnya pemkot, sejarahnya itu panjang ada di buku pak Dukut Imam Widodo “Malang Tempoe Doeloe” itu bagus. Jadi kami gak mau salah desain. Akhirnya kami membuat sayembara, nah waktu itu BRI *support* hadiah. Nah desain dari Juara 1,2,3 dan Harapan 1,2,3 itu di *mix* di olah lagi oleh konsultannya BRI. Jadi beda sama yang lainnya.

C6.4

I : Jadi belum pernah ya Bu pemerintah yang sudah memiliki desain lalu ditawarkan ke swasta?

G1 : Oh kalo tipenya begitu sejauh ini belum mbak.

C6.5

I : Lalu Bu kalo yang taman lainnya?

G1 : Nah berikutnya ada yang nyumbang fasilitas penunjang di dalamnya. Contohnya produsennya Nikko Steel yaitu PT. Alam Lestari Unggul itu mereka nyumbang *playground* sama *outdoor gym* ke Alun-Alun. Dan gak cuma itu, dia juga memberikan lagi *outdoor gym* sama *sky bike* di Taman Bugar Mejosari tahun 2016. Ada juga di Jalan Ijen di kanan kiri jalan menuju Tugu UKS depan Unmer Pariwisata itu kita benerin pedestrian jalan dipakein tempat sampah tematik, pot tematik, ditambah kursi tematik juga sekaligus tiang-tiang PJU tematik itu dari perseorangan.

C6.6

I : Memangnya apa sih Bu dampak bagi perusahaan setelah memberikan bantuan CSR itu?

G1 : Iya senang mereka melihat banyak pengunjung tamannya. Mereka kan mantau juga, lihat dari instagram. Happy lah mereka

C11.1

I : Walaupun mereka tidak memasang iklan ya Bu ya?

G1 : Iya kadang-kadang saya pikir itu juga tergantung skala perusahaan sih mbak, saya yakin kok semakin besar skala perusahaan mereka akan semakin gak peduli dengan branding terus jangan lupa juga dia itu perusahaan rokok, yang sekarang dibatasi banget kan brandingnya. Jadi saya apresiasi banget loh sama mereka. Mereka itu loh gak peduli juga gapapa. Maksud saya kalo mereka cuek gitu ya apalagi usahanya termasuk yang tidak diinginkan tapi bayangkan mereka masih peduli jadi menurut saya harus diapresiasi.

C12.1

I : Lalu menurut Ibu, program-program CSR dari swasta dalam pengembangan RTH tersebut sudah sesuai dengan tujuan perusahaan mereka tidak Bu?

G1 : Hmm... kalo sesuai nggaknya ya mungkin bisa ditanyakan pada swastanya langsung. Tapi menurut saya sih ya beberapa sesuai aja ya

C9.1

mbak, cuman kalo yang Bentoel itu juga gak tau sih ya mereka itu perusahaan rokok harusnya ya tidak membuat taman karena agak bertentangan ya kan di dalam taman tidak boleh merokok juga tetapi yang memberi CSR merupakan perusahaan rokok. Tapi ya kita kan hanya menerima saja sudah dibantu toh mereka juga tidak memasang iklan di dalamnya.

I : Tapi sebenarnya menurut pandangan pemerintah sendiri perlu tidak Bu yang memberi CSR itu sesuai dengan target sasaran dari RTH tersebut?

G1 : Yang harusnya perlu sih mbak, jadi seperti Taman Merbabu itu ya yang jadi sasaran tamannya kan keluarga lalu mereka sebagai perusahaan yang memproduksi produk yang biasanya digunakan untuk keluarga yaitu Nivea dan Hansaplast jadi tepat sasaran ya. Kalo rokok ini yang agak beda sih mbak ya. Rokok kan harusnya sasarannya yang pengunjung tamannya banyak remajannya ya tapi ya namanya pemerintah kita ditawarkan ada yang mau nyumbang ya udah kita terima aja mbak.

C9.2

I : Oh iya Bu untuk bantuan CSR ini apakah ada yang sampai pemeliharaan ya Bu?

G1 : Ya untuk pemeliharaan ada, sesuai kelaziman proyek pekerjaan kan pemeliharaan itu 6 bulan. Jadi mereka setelah bangun, diresmikan lalu 6 bulan setelah peresmian itu menjadi tanggung jawab mereka seperti proyek yang menggunakan dana APBD. Tapi kalo insidental ada mbak. Jadi misal kita ngajukan nih misal ada bangku yang rusak tapi pas udah lebih dari 6 bulan, nah itu *good will* aja ada dana apa nggak, mau benerin apa nggak tapi tidak harus. Kalo memang gak mau ya sudah pemerintah.

C5.2

I : Nah untuk insentif Bu, insentif apa yang diberikan pemerintah kepada swasta yang telah memberikan CSR?

G1 : Sebenarnya tidak ada insentif apa-apa ya, namun kalo menurut asas kepastan ya mereka kami beri penghormatan. Penghormatan yang seperti apa? Yaitu seperti plakat yang ada di dalam taman yang bisa mbak temukan di Taman Cerdas Trunojoyo contohnya, Merbabu Family Park. Kalo di hutan kota ya gitu plakat aja tapi kalo ada tulisan pocarnya itu bayar.

C10.1

I : Tapi kalo di Merbabu Family Park kok ada tulisan Nivea-Nivea itu termasuk insentif Bu?

G1 : Nah tulisan nivea ya. Pasti banyak yang mikir kalo pemkot menukarnya dengan itu secara cuma-cuma. Padahal nggak mbak, itu

mereka bayar ke kita. Ada pajak reklamenya karena itu kan nama produk. Seperti Bentoel itu, mbak tahu yang sentra PKL di luar Taman Cerdas Trunojoyo? Itu diatapnya kan ada tulisan-tulisan Dunhill nya, itu mereka bayar tapi mereka mendapat diskon.

C12.2

I : Oh seperti keringanan pajak gitu ya Bu?

G1 : Iya mbak, itu pun mereka bersurat loh minta kepada Walikota bahwa kami memasang dengan nilai sekian dan terhubung kami telah memberikan CSR mohon berkenan untuk peninjauan tarifnya.

C10.2

I : Oh iya Bu, kalo BRI seperti itu juga Bu?

G1 : Kalo BRI itu di beberapa spotnya ada tulisan BRI Pedulinya dan beberapa fasilitas juga berwarna biru-orange seperti warna *corporatenya*.

C12.3

I : Dan itu dari Walikota sendiri memberikan ketentuan tidak Bu misal oke boleh masang iklan tapi harus disini ya spotnya dan besarnya segini kali segini gitu Bu?

G1 : Ada tapi ada timnya sendiri itu, di tim reklame bisa ditanyakan kepada Bu Nanda. Beliau adalah wakil kita di tim reklame. Intinya semakin ke sini kita tidak merekomendasikan sih. Kita harus ingat jasa beliau membangun taman memberikan kemudahan beliau dalam pemasangan iklan iya tapi semangatnya makin ke sini makin tidak direkomendasikan.

C12.4

I : Lalu ada lagi tidak Bu insentifnya?

G1 : Lalu yang kedua pasti kita dahulukan apabila mereka ingin mengadakan acara di RTH yang mereka bangun. Maksudnya gini, taman itu kan digunakan setelah direvitalisasi setiap yang ingin menggunakan kan harus ijin, nah ketika acaranya bersamaan dengan acara dari swasta yang membangun pasti kita akan mendahulukan mereka yang swasta kan istilahnya mereka yang telah berkontribusi.

C10.3

I : Oh iya Bu. Ada tidak Bu, swasta mengajukan program CSR dan dia juga sudah minta bentuk insentifnya?

G1 : Oh maksudnya di awal? Oh tidak boleh, pasti setelahnya

C10.4

I : Ada tidak Bu lahan yang akan dikembangkan melalui program CSR tapi belum dikembangkan?

G1 : Kalo aset yang kita tawarkan sih banyak, Cuma keputusan akhir pasti pada swasta. Tapi memang tidak selalu taman. Sekarang dieng itu jalur hijaunya, median jalan dieng juga.

I : apakah masih banyak Bu yang belum tersentuh oleh program CSR?

G1 : Oh banyak banget mbak hehee kan perencanaan RTH ada di Masterplan RTH Publik kan nah itu bisa dilihat yang udah berapa yang belum berapa banyak hahaha

I : Itu rata-rata yang belum ada dimana Bu? dipusat kota apa di pinggir kota Bu?

G1 : Di Klojen sama Lowokwaru mbak konsentrasi di situ.

C1.4

I : Bagaimana sih Bu caranya Pemerintah Kota Malang melakukan pendekatan dengan swasta untuk program CSR hingga swasta itu mau bekerjasama?

G1 : Asli saya itu nggak tahu. Tapi *feeling* saya karena ini aja Bapak Walikota kita kan pengusaha, *which is* kalo pengusaha itu kan banyak kenalan ya. Alhamdulillah menurut saya sih pendekatan-pendekatan beliau sih menurut saya ya yang membuat orang percaya mungkin.

C8.1

I : Bener-bener pak walikota ya Bu ya?

G1 : Iya mbak, soalnya saya bingung juga kalo dengan begitu mudahnya kenapa gak dari dulu-dulu? Hahaha.. pertama saya denger tim suksesnya kali ya, tapi nalar saya sih bilang begitu sih. Jadi gini pertama ada faktor Abah. Abah kita ini pergaulannya sudah dengan para pengusaha. Selain beliau kenal, mungkin *lobbying* ya. Coba deh kita pakai seragam gini nih ke perusahaan, kadang-kadang ditanya aja nggak. Uh pasti mau narik pajak nih jadi stigmanya udah negative gitu. Jadi udah lobby tingkat tinggi beliau itu mbak hahaha. Selain itu beberapa itu juga orang Malang juga atau pernah lama tinggal di Malang juga jadi mau ngasih CSR.

C8.2

C8.3

I : Jadi beliau yang mendekati pengusaha-pengusaha dan jika deal nanti baru ke SKPD terkait ya Bu ya?

G1 : Iya betul mbak. Beda banget mbak kalo yang deketin Pak Wali sama kita yang bersurat aja mbak atas nama dinas. Nih saya mau cerita aja ya, saya itu loh udah pernah ngirim surat ke Coca-Cola, kontak *by phone*, kontak WA ya nggak *goal-goal* tuh. Jadi saya sudah buktiin sendiri gitu mbak hehehe... Itu saya tahu kontaknya dari Bandung karena di Bandung kan Coca Cola memberikan Taman Bugar itu.. ketemu itu loh susah mbak, padahal surat yang bertandatangani Abah itu sudah mbak tapi tetep aja gak tembus, brarti apa dong? *Personality*nya kali ya? Hehehe...

C8.4

I : Pernah ada tidak Bu swasta yang tertarik langsung ke dinas sini tanpa pendekatan walikota ke swastanya?

G1 : Kok rasanya belum pernah ya. dari pak wali dulu baru ke sini hehe kayaknya kenalan pak wali semua deh hahaha

C8.5

I : Kalo alur pengajuan proposal permohonan CSR bagaimana Bu?

G1 : Kalo itu sih yang pertama, karena yang diberikan bentuknya RTH, biasanya kita ketemuan dulu secara informal, nah karena emang ngasihnya RTH ya nanti akan diarahkan SKPD terkait yaitu Bidang Pertamanan DPKP Kota Malang. Jadi itu mudahnya ya, soalnya kan Walikota suratnya juga banyak jadi ditembuskan kepada Kepala Dinas terkait dulu biar cepet. Kalo misalnya sepakat ya perusahaan harus membuat surat permohonan dan proposal pengajuan program ke Walikota Malang atau bisa juga sebaliknya kita yang mengajukan proposal ke swasta. Kemudian, dilakukan penandatanganan perjanjian kerjasama (MoU) dan selanjutnya FGD untuk memutuskan bentuk dan konsep taman yang akan dibangun.

C7.1

I : Apakah dalam FGD itu ada keterlibatan masyarakat Bu?

G1 : Ada mbak tapi ya gak mungkin kalo semua kan ya hehe ya cuma tokoh masyarakat seperti lurah dan camat setempat, lalu akademisi seperti para dosen UB, IAI (Ikatan Arsitek Indonesia), komunitas tapi kalo komunitas jarang ya. Kita juga setiap ada progress apa kita upload ke facebook sama websitenya DPKP Kota Malang ya jadi masyarakat juga bisa lihat dan memberi masukan.

C13.1

C14.1

I : Kemudian apakah ada faktor tambahan lainnya yang dibutuhkan dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR Bu?

G1 : Hmm.. apa ya Mbak? Gak ada sih kayanya mbak kalo faktor tambahan ya, mungkin yang terpenting sekarang bagaimana kita bisa melakukan pemerataan lokasi dalam pengembangan RTH sih mbak karena selama ini kan masih fokus dipusat kota saja.

C1.5

I : Oh iya Bu mungkin sekian wawancara ini Bu, terima kasih atas segala informasinya ya Bu.

Lampiran G2. Transkrip Wawancara G2

TRANSKRIP 2

KODE

G2 (GOVERNANCE 2)

I (INTERVIEWER)



Nama	: Pandu Zanuar
Jabatan	: Staff Analis Penata Ruang
Instansi	: Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan (Barenlitbang) Kota Malang
Alamat	: Jl. Tugu No.1 Malang
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Usia	: 35 Tahun
Waktu <i>Interview</i>	: Senin, 27 Februari 2017 (mulai 09.00 WIB-berakhir 09.40 WIB)

- I : Selamat pagi Pak
- G2 : Iya pagi Mbak, ada yang bisa dibantu Mbak?
- I : Iya Pak, perkenalkan nama saya Auliyaa Syara biasa dipanggil Syara, Pak. Saya mahasiswa jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ITS Surabaya Pak. Nah saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk Tugas Akhir saya pak dengan judul Sinkronisasi Pengembangan RTH Publik di Kota Malang melalui program CSR. Nah maka dari itu saya mau mewawancarai Bapak untuk mendapatkan informasi terkait itu Pak.
- G2 : Oh iya mbak boleh silahkan. Hmm sebelumnya mbaknya sudah ke Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman mbak?
- I : Oh iya pak sudah kemarin pak hehe
- G2 : Oh baik mbak silahkan saja kalo mau dimulai.
- I : saya mau menjelaskan dulu pak untuk latar belakang penelitian saya
- G2 : Oh iya mbak

- I : (*Interviewer* menjelaskan latar belakang penelitian)
- G2 : Oh iya mbak silahkan pertanyaannya apa mbak?
- I : Pertanyaan yang pertama, mengenai pertanyaan eksplorasi ya pak. Apa yang Bapak ketahui terkait RTH publik di Kota Malang ini Pak?
- G2 : RTH itu adalah salah satu fungsi yang harus ada di wilayah perkotaan. Yang fungsinya terdiri dari fungsi intrinsik dan ekstrinsik ya mbak. Jadi penjelasan detail tentang itu ada di Permen PU No.5 Tahun 2008 tapi intinya dia tidak hanya berfungsi sebagai fungsi ekologis menyerap polusi, pengatur atau pendukung pengelola iklim mikro, perlindungan terhadap flora dan fauna, tetapi juga berfungsi sosial dan ekonomi.
- I : Iya pak, kalo begitu apa sih yang Bapak ketahui terkait dengan RTH publik yang dibangun melalui program CSR dari swasta gitu?
- G2 : Oh oke, saya pikir RTH yang dibangun oleh CSR adalah salah satu upaya pembiayaan alternatif dalam rangka pemenuhan kebutuhan ruang terbuka hijau di perkotaan. Jadi standart yang harus disediakan oleh perkotaan ini adalah RTH publik ini harus 20% dari luas kota. Nah ini adanya CSR di Kota Malang maupun di kota-kota lainnya itu saya pikir adalah salah satu bagian dari upaya penyediaan ruang terbuka hijau yang berkualitas maupun dari sisi juga pemenuhan kuantitas.
- I : Oh iya pak, sekarang saya masuk ke pertanyaan khusus terkait kebutuhan pengembangan RTH publik. Secara umum nih menurut Bapak apa pertimbangan pemilihan lokasi dalam mengembangkan RTH publik melalui program CSR?
- G2 : Begini, lokasi RTH publik terutama di Kota Malang ini belum tersebar dengan baik di seluruh bagian. Ada bagian-bagian yang kurang itu ada di Kecamatan Sukun dan Kecamatan Kedung Kandang. C1.1
- I : Oh iya, mungkin lebih ke pinggir kota ya Pak yang kurang?
- G2 : Iya kalo kecamatan lainnya sebenarnya sudah banyak ruang terbuka hijau yang tersedia baik dalam bentuk taman maupun jalur hijau dan yang lain-lain. Terutama lagi kalo yang taman kota yang terkait CSR memang masih terbilang fokus di satu kecamatan yaitu di Kecamatan Klojen yang ada di pusat kota. Jadi pemerataan ke kecamatan-kecamatan ataupun ke kelurahan-kelurahan yang belum punya. Itu yang harusnya menjadi prioritas kami. C1.2
- I : Jadi untuk lokasi RTH yang dibutuhkan itu pemerataannya ya Pak?
- G2 : Iya mbak, pemerataan lokasi ya kualitas dan kuantitas. C1.3

I : Tapi kalo konteksnya CSR itu lokasinya yang seperti apa yang dapat menarik bagi swasta Pak?

G2 : Ya yang pasti yang lokasinya banyak dilalui orang ya biar tau, lalu yang sekiranya juga yang intensitas pengunjungnya tinggi mbak.

C1.4

I : Lalu untuk dari segi jenis RTH publiknya, jenis RTH apa yang butuh dikembangkan di Kota Malang?

G2 : Untuk jenis RTH publiknya, sesuai dengan kewenangan bidang pertamanan DPKP Kota Malang ya yaitu hutan kota, taman kota, dan jalur hijau. Kalau ditanya butuh yang mana ya semuanya butuh sih mbak.

C2.1

I : Kalo dari fungsi RTHnya yang butuh untuk dikembangkan itu apa Pak? Kan fungsi RTH ada fungsi ekologis Pak yang paling utamanya, lalu ada fungsi pendukungnya juga yaitu fungsi sosial budaya, fungsi ekonomi dan fungsi estetika.

G2 : Pertama, fungsi ekologis itu yang menjadi utama ya mbak sesuai juga dengan yang ada di Permen PU No.5 Tahun 2008. Kemudian ada fungsi sosial budaya yang tidak kalah penting. Nah fungsi sosial budaya ini pasti ada ya karena kita mengembangkan RTH publik yang merupakan fasilitas publik dan pastinya harus bisa melayani kebutuhan publik sebagai tempat berinteraksi atau bersosialisasi. Kecuali kalo hutan kota tidak perlu punya fasilitas sosial. RTH ini kan banyak. Hutan kota justru semakin minim fasilitas semakin bagus. Bisa jadi fasilitasnya adalah fasilitas untuk pemeliharaan pohon ataupun untuk pemeliharaan fauna yang ada di dalam hutan kota. Jadi bukan untuk tempat selfie itu bagian sekunder. Disitu misalnya fasilitas edukasi misalnya nama pohon itu kalo di Hutan Kota ya seperti itu. Nah kalo fungsi ekonomi ini kalo sifatnya PKL di dalam RTH itu tidak boleh berjualan salah satunya. Perda tentang pertamanan sudah dapat belum?

C3.1

I : Belum pak hanya diberitahu nomornya tapi saya belum sempat mencarinya lagi Pak.

G2 : Ada perda tentang pertamanan itu Perda No. 3 Tahun 2003 tentang Pengelolaan Taman yang sekarang sedang proses revisi tapi itu masih bisa dijadikan acuan, yang mana salah satu acuannya itu dilarang untuk berjualan kecuali memang ada ruang-ruang tertentu yang dijadikan berjualan seperti souvenir kota, tapi sebenarnya semuanya itu dilarang. Taman Cerdas Trunojoyo pun PKL di luar, di pinggir taman bukan di dalam, jadi seperti itu.

C3.2

I : Lalu untuk fungsi estetikanya Pak?

C3.3

G2 : Kalo fungsi estetika ini ya penting juga kan kita bangun RTH gak asal bangun mbak, tapi memperhatikan desain konsepnya juga biar menarik bagaimana. Karena kita sudah dibantu pihak swasta untuk mengembangkan ya kita harus pergunakan sebaik mungkin dana itu untuk mempercantik RTH nya mbak. Kalo bagus kan mendatangkan banyak pengunjung juga untuk *selfie* dan pastinya pihak swasta juga makin bangga karena apa yang mereka bangun itu berguna untuk masyarakat. Sekarang juga dibangun di beberapa seperti spot *selfie* karena banyak masyarakat sukanya begitu dan *signage* dengan desain menarik.

C3.4

I : Iya Pak seperti di Alun-Alun dan Taman Slamet itu lumayan banyak yang foto-foto disitu Pak hehe... Kemudian dari segi konsep itu perlu tidak pak dalam mengembangkan RTH publik?

G2 : Penting sekali mbak. Jadi taman kota di Kota Malang ini mulai dibangun berdasarkan temanya. Hal tersebut juga akan berdampak pada penyediaan fasilitas penunjang didalamnya. Karena tidak semua fasilitas itu tersedia di setiap taman kota. Jadi fungsinya ada, fungsi untuk duduk bisa diwadahi dalam bentuk gazebo atau yang lain-lainnya. Fungsi olahraga juga diwadahi dengan *jogging track* atau alat fitness outdoor ya kemudian alat olahraga lainnya itu juga macam-macam, lapangan sepak bola juga ada di taman.

C4.1

I : Untuk ini Pak *signage* (pertandaan) di RTH publik itu menurut dari segi pemerintah penting tidak Pak? Se jauh mana pemerintah memikirkan hal itu?

G2 : Penting Mbak, dari hari ke hari *signage* semakin penting, jadi saya pikir penanda itu selain juga memberikan informasi rupanya juga bisa menjadi daya tarik visual dari RTH publik. Jadi itu dua hal yang memang membuat *signage* itu menjadi suatu hal yang sekarang itu menjadi sering ada, pasti ada. Penunjuk arah, jadi karena desainnya keren-keren gitu ya jadi seperti itu.

C4.2

I : Kemudian untuk bentuk bantuan CSR yang dibutuhkan itu apa saja sih Pak?

G2 : Kalo dari sisi kita yang dibutuhkan yang terpenting itu dalam hal pembangunan sih Mbak. Karena pembangunan RTH itu membutuhkan dana yang cukup besar mbak. Yang sudah ini ya langsung pembangunan fisik RTH nya aja sih mbak kan kita juga gak menerima uang gitu. Mungkin ada beberapa yang membantu dalam hal penambahan fasilitas penunjangnya saja, tapi yang terpenting dibutuhkan itu pembangunan.

C6.1

I : Kemudian untuk mekanisme penyelenggaraan program CSR itu bagaimana ya Pak?

G2 : Biasanya secara informal bertemu dahulu lalu jika sepakat atau tertarik maka kami akan mengirimkan surat atau mereka yang mengirimkan surat dulu bisa jadi dua cara itu berniat mengalokasikan dana untuk Kota Malang dan kita akan membalas dengan proposal silahkan pilih yang mana lokasinya itu. Kemudian mereka akan membalas oke saya akan pilih yang ini dengan anggaran segini misalnya, oke silahkan dilaksanakan kita akan membalas dengan surat perjanjian kerjasama. Dan kerjasama ini adalah umum ya di Kota Malang itu ada CSR itu kita tidak memegang uangnya. Jadi hampir semuanya itu kita serahkan aset kita ke mereka itu setelah dibangun mereka kembalikan. Mekanismenya seperti itu. Jadi bukan uang CSR nya diserahkan ke Pak Walikota atau dinas terkait bukan. Jadi kita tidak memegang uangnya sama sekali, mereka yang membangun mereka yang menentukan arsiteknya, kita hanya mengelola menentukan desainnya segala macam dan itu bersama-sama. Jadi uangnya kita gak mau memegang sama sekali.

C7.1

I : Kalo dari Kota Malang sendiri belum ada Perda terkait CSR itu Pak?

G2 : Belum ada Mbak..

C7.2

I : Apakah tidak ada rencana untuk membuat itu Pak?

G2 : Belum pernah dengar ya saya. CSR ini gampang-gampang susah jadi selain dari Pak Walikota kita juga mau menyiapkan sistem ya jadi memang beberapa CSR juga lahir dari proses komunikasi kementerian. Ada yang memfasilitasi di linkan ke kami gitu ya. Kami juga membuat proposal-proposal yang siap disampaikan ketika suatu saat perusahaannya tiba-tiba ada yang butuh CSR. Jadi seperti itu tapi terkait dengan Perdanya saya belum pernah dengar

C7.3

I : Untuk jangka waktu pemeliharaan RTH yang masih menjadi tanggung jawab pihak swasta itu berapa lama ya Pak?

G2 : Setau saya 6 bulan setelah diresmikan ya Mbak, mungkin bisa langsung ditanyakan ke bidang Pertamanan DPKP saja mbak yang tahu persis.

C5.1

I : Untuk pendekatan pemerintah sendiri kepada pihak swasta ini bagaimana ya Pak?

G2 : Hmmm sebenarnya itu kunci utamanya ada Walikota Malang. Jadi di kami itu tidak ada mekanisme atau peraturan daerah tertentu terkait CSR itu tidak ada. Landasan hukumnya CSR itu hanya yang kita pakai di nasional di Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas memang

C8.1

tidak banyak yang diatur CSR tapi intinya dia bisa dilakukan di sektor pendidikan, di lingkungan, kesehatan itu bisa. Tapi tidak ada kewajiban perusahaan itu untuk menyetor kemana ke sektor mana dan tidak ada kewajiban pula dia harus ngasih di area tempat pabriknya. Misalnya dia dan pabriknya di kabupaten tapi dia mau memberikan CSR ke kota itu tidak apa-apa karena tidak ada aturan yang membatasi seperti itu. Hanya etis atau tidak etisnya saja. Jadi prinsipnya kalo itu memang lebih kepada Walikota Malang ini pengusaha yang memang punya relasi yang cukup banyak kemudian dari situ menjalin komunikasi untuk meminta berkontribusi di Kota Malang. Dan sampai saat ini cukup banyak yang dipilih adalah RTH publik. Cuman ada yang lain misalnya bedah rumah, itu juga ada CSR tapi memang yang paling disorot menonjol mungkin yang terkait dengan RTH publik.

C8.2

I : Hehe jadi benar-benar Walikota Malang ya Pak kuncinya?

G2 : Iya mbak karena memang Abah ini banyak kenalan pebisnis juga.

C8.3

I : Kalo menurut pandangan pemerintah sendiri perlu tidak Pak yang memberi CSR itu sesuai dengan target sasaran dari RTH tersebut?

G2 : ya sebaiknya perlu ya, agar sesuai gitu jadi perusahaan yang memberi itu perusahaan apa sasaran konsumennya siapa terus CSR nya ya kalo bisa sesuai sasaran konsumennya itu. Kaya contohnya rokok itu kan dilarang beriklan karena di dalam taman dilarang merokok. Nah itu kan jadinya gak sesuai.

C9.1

I : Kalo boleh tau, insentif apa sih pak yang diberikan pemerintah kepada swasta yang telah memberikan CSR?

G2 : Insentif apa ya, ya paling sebagai bentuk penghormatan aja kita ngasih plakat terima kasih kepada siapa gitu ya yang menunjukkan bahwa ini didedikasikan dari perusahaan ini.

C10.1

I : Jadi plakat-plakat gitu aja ya Pak?

G2 : Iya gitu aja plakat aja, bahkan Bentoel itu gak boleh beriklan karena taman sama sekali tidak boleh ngerokok. Ngerokok saja tidak boleh apalagi pasang iklan rokok ya kan

C10.2

I : Tidak ada seperti diskon atau keringanan pembayaran pajak iklan mungkin Pak?

G2 : Nggak mbak, tetap membayar kok mbak. Sesuai dengan ininya. Diskonnya sebenarnya sudah ketika mereka memasang itu mbak. Karena memang misalnya taman itu misalnya sebenarnya ukurannya seberapa tapi sebenarnya intinya semua itu sama, semua harus bayar. Dia mau ngasih CSR juga mereka harus bayar. Dan itu perjanjian yang

C10.3

terpisah. Jadi tidak ada keharusan pemerintah kota itu untuk memasang iklan mereka itu gak ada

I : Ada ketentuannya Pak terkait pendirian baliho atau iklan itu?

G2 : Ada ada. Perdanya saya lupa nomor berapa tentang reklame itu ada mbak. Termasuk rincian biayanya itu berapa. Jadi ketika mereka itu melakukan perijinan ke Dinas Palayanan Terpadu mereka akan dihitung ukurannya berapa ada tim yang mengakses itu kemudian akan dihitung beban dia untuk retribusi ataupun pajak reklamenya berapa

C12.1

I : Brarti seperti yang di Taman Merbabu banyak papan iklan Nivea itu membayar ya Pak?

G2 : Iya itu perjanjiannya sendiri-sendiri. Dia perjanjian kontribusi CSR ya CSR saja. Kemudian memang ada dilampirkan ada mereka berkegiatan di sana tapi kegiatannya bukan kegiatan terkait iklan. Kalo iklan mereka akan bayar sendiri, itu perjanjian tentang sewa barang milik daerah. Nanti di sana itu berapa luasan yang dipakai nanti dihitung.

C12.2

I : Nah kalo begitu ada tidak pak misal rekomendasi dari pemerintah untuk ke depannya insentifnya bagaimana gitu untuk swasta yang telah memberikan CSR?

G2 : Hmm. Apa ya? Ya misal ingin insentif apa gitu seperti keringanan pembayaran pajak misalnya itu bisa membuat surat permohonan kepada Walikota.

C10.4

I : Kalo menurut Bapak keuntungan apa yang swasta dapatkan karena telah memberikan CSR?

G2 : Hmm apa ya? Ya mungkin lebih ke reputasi mereka yang sudah memberi CSR sih mbak. Kan dengan mereka membangun RTH itu jadi masyarakat tahu siapa yang membangun, reputasi mereka jadi naik di mata masyarakat. Apalagi kalo desain RTH nya bagus kan masyarakat banyak yang foto-foto di sana, nah swasta juga jadi senang dan bangga gitu.

C11.1

I : Untuk yang selain dari yang saya sebutkan itu Pak mungkin ada variabel lain nggak Pak yang menurut Bapak penting nih untuk pengembangan RTH publik melalui program CSR?

G2 : Hmm tadi yang sudah apa sih? Yang paling penting sebenarnya itu aspirasi masyarakat yang akan memanfaatkan, bisa masyarakat sekitar maupun masyarakat yang menjadi segmen tematik dari taman yang akan dibangun.

C13.1

I : Kalo selama ini jika ingin mengembangkan RTH publik secara CSR itu apakah ada jaring aspirasi kepada masyarakat Pak?

G2 : Ada, tapi saya pikir belum terlalu maksimal ya, karena memang CSR itu waktunya dikejar-kejar biasanya. Ini kan CSR kan ya

C13.2

I : Iya Pak

G2 : CSR itu dikejar-kejar jadi seringkali mereka sudah datang dengan desain diberi masukkan oke tapi tidak terlalu banyak ruang sebenarnya untuk diskusi misalnya “oh iya harusnya ditambah ini ditambah ini”. Memang ada beberapa yang mau menyerahkan seperti Taman Kunang-Kunang itu di pasrahkan ke kami desain dan konsepnya mereka tinggal memanggil arsitek untuk menerjemahkan desain ini jadinya dalam desain ini seperti apa sih.

C13.3

C6.2

I : Selain aspirasi masyarakat Pak?

G2 : Aspirasi masyarakat kemudian yang lain adalah kesesuaian dengan tata ruang itu yang paling penting. Karena itu susah ya mbak, kadang CSR itu asal membangun saja gitu ya.

T1.1

I : Ada lagi pak yang lain?

G2 : Kemudian variabel lain adalah kita harus melebarkan dari sisi kuantitas mbak. Jadi RTH publik yang CSR itu sebagian besar dibangun di tanah yang awalnya memang sudah taman. Jadi dari sisi penambahan jumlah luasan itu jadi tidak banyak. Padahal kita butuh taman-taman baru bukan hanya merevitalisasi taman.

T2.1

I : Iya ya pak gak revitalisasi terus ya Pak?

G2 : Iya kalo revitalisasi terus kan ya taman yang sudah ada gitu kan ya. Nah itu variabel yang ditambahkan adalah itu.

T2.2

I : Tapi untuk lahan itu sendiri juga susah ya Pak ya?

G2 : Iya makanya sebenarnya bagian dari misalnya pemerintah itu sulit mengadakan lahan. Sebenarnya swasta itu bisa membeli lahan kemudian diserahkan ke pemerintah.

T2.3

I : Kalo dari pemerintah ini ada tidak Pak media informasi terkait program CSR dalam bentuk RTH ini?

G2 : Iya ada bisa diakses langsung ke websitenya DPKP aja mbak atau nggak Facebook nya. Disitu masyarakat bisa mengakses dan bisa memberikan masukan juga.

C14.1

I : Oh gitu ya Pak. Ini sudah selesai pak wawancaranya, terima kasih Pak atas informasinya.

LAMPIRAN H. PEDOMAN WAWANCARA SASARAN 2

PEDOMAN WAWANCARA PENGEMBANGAN RUANG TERBUKA HIJAU PUBLIK DI KOTA MALANG MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA
TAHUN 2017**

BIODATA PENELITI

Nama	: Auliya Syara Diinillah
NRP	: 3613100012
No. Telpn	: 085646424330
Jurusan	: Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas	: Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Judul Penelitian	: Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
Dosen Pembimbing	: Dr. Ing. Ir. Haryo Sulistyarso

A. PENDAHULUAN

Bapak/Ibu yang saya hormati, saya Auliya Syara Diinillah selaku mahasiswa jurusan Perencanaan Wilayah dan kota ITS yang sedang melakukan penelitian Tugas Akhir tentang *Pengembangan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Malang Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian yang saya lakukan ini terkait dengan preferensi Anda sebagai *stakeholder* di dalam mengeksplorasi fakta terkait kebutuhan RTH publik antara preferensi Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Atas bantuan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

B. IDENTITAS RESPONDEN

	STAKEHOLDER
Dinas/Badan/Perusahaan	:
Jabatan	:
	BIODATA
Nama	:
Alamat	:
No. HP	:
Jenis Kelamin	:
Usia	:
Tanggal Pengisian	:

C. INTERVIEW

Tujuan Interview :

Mengumpulkan data dan informasi serta mengeksplorasi fakta terkait kebutuhan pengembangan RTH publik antara preferensi Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta dalam pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konten Interview :

Preferensi narasumber terhadap kebutuhan pengembangan RTH publik antara Pemerintah Kota Malang dengan pihak swasta melalui program CSR.

Latar Belakang Penelitian :

Saat ini proporsi RTH publik di Kota Malang belum mencapai proporsi minimal 20%. Dalam Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/184/35.73.112/2016 tentang Penetapan Taman Kota, Hutan Kota dan Jalur Hijau, untuk tahun 2016 jumlah luasan RTH publik di Kota Malang masih sebesar 1.362,32 atau sama dengan 12,38% dari luas total wilayah Kota Malang yaitu sebesar 11.006 Ha yang seharusnya mencadangkan 2.201,2 Ha untuk RTH publik 20%. Dalam pemenuhan proporsi minimal 20%, Pemerintah Kota Malang memiliki kendala yaitu terbatasnya dana APBD untuk mengembangkan RTH publik. Maka dari itu, Pemerintah Kota Malang menjalin kerjasama dengan sejumlah perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berasarkan *database* program CSR dari Bidang Pertamanan Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman Kota Malang, dalam kurun waktu tahun 2011-2017 telah dilaksanakannya 16 program CSR. Permasalahan

yang timbul dari sisi Pemerintah Kota Malang adalah persebaran RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR belum merata. RTH publik tersebut hanya terpusat pada Kecamatan Klojen yang merupakan pusat dari Kota Malang. Sedangkan dari sisi pihak swasta, permasalahan yang timbul adalah kurangnya keterpaduan antara lembaga eksekutif dan legislatif yang dapat dilihat pada kasus pembangunan revitalisasi Alun-Alun Kota Malang.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat dilihat bahwa pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program CSR masih belum efektif. Maka dari itu, diperlukan penelitian terkait pengembangan RTH publik di Kota Malang melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang efektif berdasarkan preferensi Pemerintah Kota Malang dan pihak swasta

List Pertanyaan

“Selamat (pagi/siang/sore/malam), perkenalan nama saya Auliya Syara Diinillah, mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota ITS Surabaya. Dalam kesempatan kali ini, saya ingin melakukan interview, dengan topik pengidentifikasian kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang berdasarkan preferensi pemerintah dan pihak swasta melalui program CSR. Informasi yang Bapak/Ibu berikan akan sangat bermanfaat bagi penelitian saya”.

PERTANYAAN UMUM

(Pertanyaan bersifat eksplorasi umum dan akan diarahkan peneliti untuk mencari preferensi narasumber tentang kebutuhan pengembangan RTH publik di Kota Malang yang dibangun melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) berdasarkan variabel penelitian)

1. Apa yang Anda ketahui terkait dengan RTH publik di Kota Malang?
2. Apa yang Anda ketahui terkait dengan RTH publik yang dibangun melalui program CSR?

PERTANYAAN

***RTH Publik yang dibangun melalui program CSR perusahaan Anda:**

No.	Nama RTH Publik
1.	Taman Kendedes
2.	Alun-Alun Merdeka Kota Malang
3.	Taman Cerdas Trunojoyo
4.	Merbabu Family Park
5.	Taman Bundaran Pesawat Jl. Soekarno Hatta
6.	Taman Singha Merjosari
7.	Hutan Kota Malabar
8.	Taman Kunang-Kunang
9.	Taman Slamet
10.	Pedestrian Jalan Ijen
11.	Jalur Hijau Jl. Raya Sawojajar
12.	Taman dan Pedestrian Dieng

1. Menurut preferensi Anda, apa pertimbangan perusahaan Anda dalam menentukan lokasi untuk memberikan bantuan CSR dalam bentuk RTH publik?
2. Fungsi RTH apa yang perlu dikembangkan di Kota Malang?
3. Bentuk bantuan CSR apa yang telah/ingin diberikan oleh perusahaan Anda?
 - a. Pembangunan taman kota + DED (*Detail Engineering Design*)
 - b. Pembenahan jalur hijau/median jalan + DED (*Detail Engineering Design*)
 - c. Revitalisasi hutan kota + DED (*Detail Engineering Design*)
 - d. Pemberian fasilitas penunjang di dalam RTH
 - e. Pemberian tanaman/vegetasi di dalam RTH
4. Apa alasan perusahaan Anda mau memberikan bantuan CSR dalam bentuk itu?
5. Berapa lama jangka waktu pemeliharaan RTH publik yang Anda harapkan untuk menjadi tanggung jawab perusahaan Anda?
6. Apa filosofi/visi misi yang perusahaan Anda angkat dalam membuat program CSR?
7. Apakah ada kebijakan khusus terkait pengajuan program CSR di perusahaan Anda?

8. Apakah perusahaan Anda memiliki program jangka pendek dan menengah dalam merealisasikan program CSR?
9. Apakah perusahaan Anda memiliki bagian khusus yang mengelola program CSR di dalam struktur organisasi perusahaan?
Jika tidak ada, program CSR diterapkan dengan melibatkan bagian/sub departemen apa?
10. Jika dalam pengembangan RTH publik dilakukan melalui program CSR, maka bagaimana bentuk pendekatan pemerintah yang perusahaan Anda harapkan agar perusahaan Anda tertarik untuk memberikan bantuan CSR?
11. Bentuk insentif apa yang perusahaan Anda dapatkan/ingin dapatkan setelah perusahaan Anda memberikan bantuan CSR?
 - a. Fisik (perijinan pendirian iklan di dalam RTH publik)
 - b. Non Fisik (keringanan pembayaran pajak, kemudahan perijinan pendirian kegiatan usaha, dll)
12. Bagaimana kondisi perusahaan Anda sebelum dan setelah memberikan bantuan CSR berupa RTH publik?
13. Dalam menerapkan program CSR, apakah perusahaan Anda melibatkan peran masyarakat?
14. Apakah terdapat masalah yang muncul selama bekerjasama dengan pemerintah melalui program CSR? *
15. Apakah perusahaan Anda mendirikan reklame di dalam RTH publik? *
16. Apakah perusahaan Anda memiliki media publikasi program CSR yang telah dilakukan perusahaan?
17. Adakah variabel lain yang dibutuhkan dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR selain yang telah disebutkan?

*) untuk perusahaan yang sudah memberikan CSR dalam bentuk RTH publik di Kota Malang

LAMPIRAN I. HASIL WAWANCARA SASARAN 2

Lampiran I1. Transkrip Wawancara P1

TRANSKRIP 1

KODE

P1 (PRIVATE 1)

I (INTERVIEWER)



Nama	: Darmawan Bambang
Jabatan	: Kasi Bisnis Program dan Kemitraan
Instansi/Perusahaan	: BRI Kanwil Malang
Alamat	: Jl. Candi Kalasan No. 5 Malang
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Usia	: 40 Tahun
Waktu <i>Interview</i>	: Selasa, 21 Maret 2017 (mulai 08.50 WIB – berakhir 09.30 WIB)

I : Selamat Pagi Pak, nama saya Auliyaa Syara, panggilannya Syara, saya mahasiswa Perencanaan Wilayah dan Kota ITS Surabaya. Kalau boleh tau nama bapak siapa ya Pak? Nah disini kan saya lagi mengerjakan Tugas Akhir pak, judulnya itu Sinkronisasi Pengembangan RTH Publik di Kota Malang melalui program CSR. Nah BRI ini kan setiap seperti yang kita tahu hmm.. sudah mengembangkan CSR berupa Alun-Alun.

P1 : iya 2 tahun yang lalu.

I : iya saya mau menanyakan terkait CSR tersebut pak, seperti alasannya itu kenapa gitu Pak.

P1 : Alasannya apa ya?

I : Alasannya memilih memberikan CSR dalam bentuk pembangunan Alun-Alun itu Pak.

P1 : Alasannya memilih Alun-Alun kenapa sih? Karena ada permohonan dari Pemkot. Jadi bukan kita yang memilih, mbak. Jadi inisiasi

pembangunan, inisiasi proyek itu sebenarnya idenya Alun-Alun dari pemkot. Pemkot itu pingin merubah Alun-Alun kemudian dia buat lomba. Habis setelah buat lomba..

I : Itu untuk desainnya ya pak?

P1 : Desain, cuman berikutnya what next? Naaah... akhirnya pada saat omong-omongan sama wadir kami pada saat itu Pak Mardi, akhirnya yaudah lah kita coba bantu, cuman berapapun nilainya kita belum tahu. Ya kan beberapa kali ketemuan, masuk sinkronisasi gambar. Makannya gambar yang kemarin pertama menang itu tidak bisa secara otomatis jadi. Karena ada beberapa yang harus disesuaikan. Kan masalahnya kan kalo gambar itu kan bukan berarti bahwa... itu kan baru konsep yah? Ketika di kenyataan kan nggak selalu harus seperti itu. Mungkin itu aja sih.

C7.1

I : Berarti ada diskusi lagi terkait hasil desainnya itu pak?

P1 : heem... Ya kan masalah itu kewenangannya di pemkot. Aku kan cuma membangunin aja.

C7.2

I : Konsep pengembangan RTH seperti itu perlu tidak sih Pak? Jadi pemerintah sudah ada konsep seperti itu?

P1 : Ya perlu mbak, jadi kita bisa tahu konsepnya bagaimana dan mau mendesain seperti apa. Kan nantinya kita yang mendesain baru sharing ke pemerintah ini nanti diganti apa kurang apa gitu lewat diskusi. Karena kalo konsep dan desainnya bagus juga akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat kan mbak.

C4.1

I : Kalo boleh itu itu berapa pak sumbangannya itu?

P1 : Ya kurang lebih 5.9 M berapaa gitu (sambil mengingat)

C6.2

I : Terus dari BRI ini, ngasihnya ngasih apa aja pak?

P1 : Aku di pembangunannya. Jadi proses pembangunan itu dilakukan oleh rekanan BRI. Jadi Pemkot men- iki desain e, terus kita bawa ke kontraktor, kontraktornya nggambar yah sesuai dengan itu. Dia membuat itung-itungan terus ditunjukkan ke pemkot. Nah itu finalisasinya disana. Sampe akhirnya jadi kayak sekarang.

C6.3

I : Berarti kalo misalnya kaya yang nyumbang taman tuh yaudah kita ngasih segini itu udah pembangunan sama se isi-isinya gitu pak?

P1 : Aku kan bisa nunjuk kontraktor mbak. Nunjuk kontraktor ini kemudian dari pemkot mintanya pohonnya ini .. ini ... ini... gitu kan. jenis rumputnya ini gitu kan. nanti kan tanggungjawabnya kontraktor. Nah kontraktornya dianggep sama pemkotnya nggak- kurang bertanggungjawab terhadap proses perawatan kan aku tinggal minta tak anu aja kan.. tak dendo opo pive gitu kan.

C7.3

- I : Berarti kayak masalah ada fasilitas di dalem-dalemnya itu juga satu paket gitu pak ya?
- P1 : Iya cuman yang kemarin yang baru-baru itu kan sudah ditambahin sama pemkot. Jadi kemarin ee... taman bermain itu kan diganti tuh. C6.4
- I : Taman bermain itu... itu BRI juga atau dari luar BRI?
- P1 : Dulu sudah ada kan tapi diganti sama pemkot, karena kurang gede. Kalo yang ngasih alat bermain itu beda mbak bukan BRI.
- I : Berarti yang BRI lebih ke seluruh pembangunan, vegetasinya, bangku-bangku, kayak gitu-gitu itu?
- P1 : Iya mbak benar itu C6.5
- I : hmm oh iya iya.. berarti kalo pertimbangan lokasinya disitu ya itu dari pemkotnya sendiri ya?
- P1 : iya pemkot. pemkot. C1.1
- I : Bukan dari BRI pingin milih dimana?
- P1 : Bukan (sambil menggelengkan kepalanya) C1.2
- I : Kalo dari ini sendiri pak, kalo dari visi misi BRI ini buat ngasih CSR itu apa sih pak? Dalam artian visi misinya kok bisa nyumbangnya berupa RTH gitu. Kok nggak yang bentuk lain?
- P1 : oo.. bukan. Karena kalo ketentuan CSR, itu memang kita ada untuk lingkungan hidup. Jadi kan kita BUMN, itu ada ketentuan dari kementerian BUMN itu tentang aturan CSR dimana salah satunya yang diatur adalah apa saja yang bisa dilakukan sebagai bahan CSR. Salah satunya memang lingkungan hidup. Jadi untuk pelestarian, kemudian.. ya termasuk RTH tadi ya, itu termasuk. C9.1
- I : Dari BUMN itu selain tentang lingkungan hidup itu ada apa lagi pak?
- P1 : Jadi ya ada bencana alam, RTH, kemudian sosial kemasyarakatan, kemudian pendidikan, ada 5 atau 7 gitu saya lupa. C9.2
- I : Cuman dari BRI yang milih lingkungan hidup gitu pak?
- P1 : Endak, kita semuanya masuk. Jadi gini, hampir 80% CSR kita itu bukan dari.. bukan inisiatif. Jadi rata-rata karena permohonan. C9.3
- I : Ada yang memohon kesini gitu ya?
- P1 : Yaa... fifty-fifty lah, 50% -an. Jadi kita yang karena kalo kita yang melaksanakan sendiri kadang kita terkendala waktu mbak. Waktu dan ininya. Sehingga, makannya ketika nanti misalkan ada yang mengajukan proposal atau yang lain kan hanya tinggal menilai siapa yang minta. Maka dia yang melayangkan kita yang berikan. Kemudian apa memang dia membutuhkan proyek itu. C6.6
- I : Tapi terus kok milih, ya udah kalo Alun-Alun ini nggak papa deh kita kasih, gitu?

- P1 : Lho kan kita ajukan dulu, ketentuannya bukan di kita. Jadi ketika itu sudah masuk ada permohonan. Kemudian komitmen aja, istilahnya kita cuma komitmen. Bahwa kita pengen memberikan sesuatu yang istilahnya lebih berjangka panjang dan bisa dilihat. Kita sebenarnya tiap tahun sih, kita nyumbang pohon, kita nyumbang ini ya, itu memang ada di, di .. kegiatan kita tahunan. Cuman yang dalam bentuk yang langsung dalam bentuk *phiscly* kelihatan gitu kan ya mungkin baru Alun-Alun. C7.4 C6.7
- I : Kalo kebijakan khusus di BRI ini ada nggak pak terkait CSR gitu?
- P1 : Nggak ada, kita ngikutin kantor pusat. Karena yang berhak untuk mengeluarkan CSR itu sebenarnya kantor pusat. Kami yang mengusulkan dan Kanwil tugasnya hanya melakukan penilaian dan rekomendasi. Kecuali yang Alun-Alun kemarin memang insiatif kami. Dari pemkot yang inisiasi dan melakukan penilaian melalui kantor pusat. C7.5
- I : Terus dari BRI sendiri, kayak masang reklame iklan-iklan di dalam RTH nya nggak pak? Di dalam Alun-Alun mungkin.
- P1 : Bisa dilihat nggak? Ada nggak? Kita disitu tulisan BRI Peduli doang bukan produk, bukan iklan. C12.1
- I : Kalo boleh tau, pendekatan dari pemkot ke sini itu gimana sih pak?
- P1 : Nggak ada itu, kita cuma ini aja. Karena selama ini kita sudah kerjasama banyak sama pemkot. Jadi mulai dari kita yang sering membantu pemkot. Jadi mulai dari penertiban *e-tax*, kemudian itu kan kita fasilitasi sistem dari kita sendiri, sehingga ketika memang pemkot ini ya, biasanya larinya ke kita dulu sih. Aku punya gini, kira-kira bisa bantu nggak? Gitu aja. C8.1
- I : Kalau boleh tau pak. Bagaimana sih pak mekanisme pengajuan program CSR kalo di BRI ini?
- P1 : Cuma ngajukan proposal aja. Dari proposal itu bagian logistik. Kalo kemarin bagian saya, sekarang bagian logistik. Itu dilakukan penilaian, kelayakan, proposal tadi baru kita ajukan ke pusat. Di kantor pusat dinilai lagi. (dengan intonasi datar) C7.6
- I : Kalau insentif yang didapat BRI dari pemerintah ada nggak?
- P1 : Insentif opo? Pajak aku yo tetep ditarik kemarin hahaha (sambil tertawa) C10.1
- I : Nggak ada ya. Kalau boleh tau pak, gimana sih kondisi BRI ini sebelum memberikan CSR itu dan sesudah itu ada bedanya nggak pak? Atau sama aja?

P1 : Nggak ada. Jadi hal yang mungkin digaris bawahi bahwa CSR itu adalah suatu bagian dari suatu program kegiatan yang dipunya oleh suatu perusahaan. Jadi ee... terhadap, keuntungan ataupun apapun itu terhadap pemberian CSR itu sebenarnya hanya, boleh dibilang tidak ada hubungannya sama materi ya. Istilahnya insentif atau apapun itu nggak ada. Cuman mungkin yaa secara psikologis mungkin orang-orang atau masyarakat menilai ada oh BRI yang mbangun, cuman gitu aja sih, cuma hanya sekedar itu. Kalo terhadap perkembangan bisnis selama ini, saya pikir nggak terlalu signifikan ya. karena kan BRI bukan perusahaan lokal.

C11.1

C10.2

I : Terus dalam merencanakan itu pak, programnya itu. Itu melibatkan masyarakat juga nggak? Terus diskusinya sama pemkot terus ada masyarakat juga atau gimana?

P1 : Posisi BRI hanya sebagai yang mbangun. Terhadap dampak sosial kemudian misalkan diskusi sama masyarakat selama ini itu ada dari pemkot. Makanya seperti kemarin ketika dipermasalahkan anggota DPRD atau yang lain itu kan gara-gara Pemkot menawarkan pembangunan *drive-thru* ATM, kita langsung jawab, ya itu bukan ranah kita. Itu ranahnya pemkot. Dari sini terlihat hubungan sama pemkot ini terkesan tidak profesional, karena pemkot yang menawarkan lokasi untuk disewa tetapi kita yang disalah-salahkan. Karena logikanya, Saya mbangun disini atas perintah pemkot. Kalau misalnya ada masalah terhadap dampak sosial dan lain-lain urusannya pemkot. Ketika memang kami ndak boleh jalan ya kami berhenti.

C13.1

I : Nah itu permasalahannya bagaimana sih pak sebenarnya?

P1 : Jadi pemkot itu menawarkan kita kalo kita diperbolehkan untuk membangun *drive-thru* ATM karena kita telah membantu pembangunan revitalisasi Alun-Alun. Nah terus ada itu ribut-ribut sama DPRD itu gara-gara kita gak boleh bangun *drive-thru* ATM didalam RTH publik. Seolah-olah bahwa kami itu melakukan pembangunan tadi itu di RTH tadi, akan merubah fungsi taman. Nah kan aneh to mbak kita ditawarkan pemkot berarti kan sudah dapat ijin dari pemkot tapi ada aja masalah. Karena ramai gitu akhirnya kita mengalah saja mbak nggak perlu ada ATM tidak apa-apa, karena ATM pada intinya kan layanan bukan bisnis. Coba berapa sih keuntungan kita pasang ATM dimanapun deh, wong tanpa ATM pun nasabah sudah bayar bulanan kan. Jadi konsep ATM sebagai layanan dianggap sebagai bentuk kegiatan bisnis BRI.

I : Nah terus dari pemkot ada tawaran lokasi lain untuk pembangunan *drive-thru* ATM itu Pak?

P1 : Nah cuma pemkot masih merasa punya hutang, jadi nawarin tempat-tempat lain yang sekiranya masuk. Karena itu tadi, sewa lahan untuk ATM kan ladang penghasilan bagi pemkot, baik sewa lahan maupun pajak reklame.

C10.3

I : Berarti kalo misalkan pemkot menawarkan tempat itu mereka cuma memberikan kemudahan dalam perizinannya aja ya Pak cuman untuk bayar sewanya tetep gitu ya Pak?

P1 : Kalo bayar sewa tetap, ijin tetap bayar juga tetapi untuk ke administrasi ngurusnya itu sedikit lebih mudah karena hanya lewat rapat koordinasi dengan SKPD terkait

C10.4

I : Lalu setelah permasalahan itu, hubungan BRI dengan pemkot bagaimana Pak?

P1 : Kalo hubungan setelah itu tetap baik kok mbak, gak ada masalah. Karena kami itu tadi, kami tidak punya kepentingan apapun terhadap tadi, karena tadi eee.. ada atau tidaknya CSR yang kami berikan sebenarnya nggak terlalu berpengaruh sih terhadap bisnis kita.

I : Hmm...saya kira diskusinya itu jadi sama pemkot dan ada beberapa pihak lain gitu.

P1 : Kalo kita nggak mau yang seperti itu mbak. Ribet soalnya

C13.2

I : Oh iya. Kalau misalnya pak, nanti ditawarkan lagi sama pemkot tapi lokasinya di Malang tapi yang kayak Kedungkandang kayak gitu-gitu, kira-kira mau nggak pak?

P1 : Ya tergantung dulu dong, bentuknya seperti apa dan anggaran dananya berapa. Kan segala sesuatu itu memungkinkan

C1.3

I : Jadi kalo semisal lokasinya nggak di pusat kota nggak papa ya pak?

P1 : Gak ada masalah mbak

C1.4

I : Kalo disuruh milih pak, bangun Alun-Alun atau taman kota kayak gitu, revitalisasi hutan, sama pembenaran pedestrian atau jalur hijau di jalan, BRI lebih mending pilih yang mana pak?

P1 : Tiga pilihan ya, hutan, kemudian taman kota, sama?

I : Sama jalur hijau, untuk CSR gitu?

P1 : Kalo aku sendiri, pribadi. Lebih seneng nyumbang pohon. Karena nggak ribet.

C2.1

I : Iya bener sih hehehe...

P1 : hahaha... (sambil tertawa) cuman memang gini, ketika kita mau nyumbang pohon. Ee...kadang-kadang kami nggak tau bahwa pohon itu mau ditaruh di mana. Itu aja sih sebenarnya. Tapi terkadang

negatifnya juga itu kami tidak pernah mendapat laporan berapa pohon yang hidup Padahal kan kami butuh laporannya juga buat pertanggungjawaban. Jadi intinya kita butuh *feedback* sih mbak kalo nyumbang pohon itu. Bedanya ketika misalkan Alun-Alun gitu ya. Alun-Alun setelah kami serahkan kan kami sudah nggak berhak lagi nih, cuma kami masih bisa lihat.. lho barangnya masih ada.. nah itu kan beda.

C2.2

I : Hmm.. jadi permasalahannya memang kurang ada *feedback* kalo masalah yang gitu-gitu?

P1 : Iya. Masalahnya cuman itu aja, jadi bukan kami ndak percaya ketika kami menyerahkan kepada orang.

I : Berarti kalo disuruh milih tadi lebih *prefer* memberikan kayak vegetasinya atau pohonnya gitu pak ya, dibandingin yang..

P1 : Iya, dibandingin. Cuman ya kalo untuk pertanggungjawaban sama itu, lebih enak yang taman walaupun lebih ribet gitu.

C2.3

I : Nah ini masalah lahan Pak, misalnya kalo nyumbangnya bentuk lahan juga Pak?

P1 : Waduh kalo lahan gitu agak susah mbak untuk kita. Kalo lahan ya lebih baik buat kita sendiri hehehe lebih enak ya sudah seperti ini lahan dari pemerintah tetapi kita yang bantuin membangun.

T2.1

I : Kemudian untuk kesesuaian RTH yang dikembangkan dengan tata ruang itu penting tidak pak?

P1 : Iya penting mbak, karena itu kan dari pemerintah sudah ada aturannya, kita disini hanya membantu pembangunan di lahan pemerintah ya otomatis kita juga harus mengikuti aturan tata ruangnya. Selain itu biar gak ada konflik lagi aja mbak hehe...

T1.1

I : Untuk fungsi RTH kan ada fungsi utama yaitu fungsi ekologis, kemudian ada fungsi pendukung seperti fungsi sosial budaya, fungsi ekonomi, dan fungsi estetika. Menurut preferensi Anda, fungsi apa yang perlu dikembangkan Pak?

P1 : Hmmm.. mungkin fungsi ekologis ya mbak karena kan memang RTH untuk pelestarian alam dan memberikan produksi oksigen di kota, kemudian fungsi sosial budaya sih mbak karena kan ini untuk publik jadi harus ada fungsi sosialnya.

C3.1

I : Oh iya pak, bangga tidak Pak dengan hasil Alun-Alun yang sekarang ini?

P1 : Kalo kami lihat secara ininya bahwa posisi sekarang ini ya sedikitlah kami bangga kalo Alun-Alun itu sudah berbeda dengan yang lama. Ya kan? Satu, lebih bisa difungsikan, jadi kami beranggapan bahwa apa

C11.2

yang sudah dibangun BRI kemarin juga nggak sia-sia karena sekarang lebih rame gitu kan? Salah satu menjadi icon wisata gitu kan, orang luar gitu kan sekarang kan orang luar foto-foto disitu. Jadi ya mungkin yang kami lihat ya itu aja.

I : Apa sih Pak yang BRI dapatkan setelah memberikan bantuan CSR dalam bentuk revitalisasi Alun-Alun?

P1 : Yang mungkin kami dapetin ya itu tadi, kepuasan yang nggak mungkin bisa dihitung materi. Wong apapun kan sudah kami berikan ternyata berguna. Salah satu menjadi *icon*nya Malang. Ya itung-itungannya kan kami juga nggak dapet apa-apa. Kami cuma ada tulisannya BRI itu pun juga bukan komersial. Apalagi itu kan sebagai bentuk laporan bahwa ketika kami ditanyai oleh pihak-pihak terkait karena mengeluarkan duit yang buktinya ada. Ya itu Alun-Alunnya.

C11.3

I : Tapi kan perusahaan Bapak mengeluarkan dana yang besar pak, apakah tidak ada keuntungan tertentu yang didapat Pak?

P1 : Ya karena CSR itu kan penyisihan sebagian laba seperti yang sudah saya sampaikan, banyak memang yang kita berikan tapi kalo yang besar ya baru ini. Dari sisi bisnis tidak ada keuntungan riil, tetapi reputasi dan nama baik BRI ikut andil dalam kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat, itu yang kita dapat, brand image saja.

C11.4

I : Jadi cuma penanda ya pak, nggak ada keuntungan-keuntungan lain.

P1 : Iya. Sekarang yo nggak... nggak ada anu to mbak, nggak ada korelasi antara aku masang tulisan BRI Peduli sama jumlah nasabah, nggak ada. Beda kan sama kaya yang di Merbabu itu kan iklan Mbak.

I : Iya itu iklan Pak nama produknya di dalam RTH

P1 : Nah nivea itu juga, kami kan nggak seperti itu. Karena kami sudah sepakat bahwa ini adalah salah satu bentuk apresiasi bahwa kami sebagai orang malang juga, itu aja.

I : Tapi untuk kedepannya, kira-kira jika ada kerjasama lagi dengan pemkot, insentif apa yang BRI inginkan Pak?

P1 : Ndak perlu insentif sih, tetapi program yang ditawarkan bisa lebih menarik dan bermanfaat bagi masyarakat.

C10.5

I : Kalo ini pak, BRI ini punya nggak pak portal informasi kaya website khusus CSR itu?

P1 : Ada mbak di banggaberindonesia.com, sek sebentar... (sambil mengeluarkan hpnya untuk membuka website tersebut) Tapi bukan cuma punya kanwil Malang ya, seluruh Indonesia, banggaberindonesia itu memang websitenya BRI.

C14.1

I : Tapi setelah yang disumbangin yang Alun-Alun itu bapak sering ini nggak pak? Kayak ke lapangan buat ngecek-ngecek yang kayak gitu-gitu?

P1 : Kami kemarin kan dari hasil yang setelah kami berikan, kami masih punya kontrak kurang lebih 6 bulan setelah proses pembangunan. Itu masih tanggung jawab dari ini sih. Bukan tanggung jawab dari BRI sebenarnya, tanggung jawab dari BRI tapi kan kami sudah masukkan kepada kontraktor. Jadi yang melakukan proses pengecekan selama ini kan kontraktor. Ini mbak, bangga berindonesia.com (sambil menunjukkan hpnya yang telah membuka website banggaberindonesia.com)

C5.1

C14.2

I : Banggaberindonesia.com, oh iya pak sudah saya catat ya

P1 : Ini kan ada nih, kategorinya ada nih. Bermitra, cerdas, lestari, membangun, peduli sehat. Ini ada *reportnya*, kegiatannya.

C14.3

I : Pak menurut Anda apakah ada variabel lain yang dibutuhkan dalam pengembangan RTH publik melalui program CSR selain yang tadi sudah dibahas?

P1 : Hmm apa ya? Ya mungkin lebih ke bagaimana keprofesionalan pemerintah ya mbak. Kalo menjalin kerjasama ya pihak lain yang berkaitan coba diajak komunikasi. Karena kita kan cuma membantu mbak jadi ya kalo bisa sebelumnya pemerintah ya sudah ada komunikasi dengan masyarakat dan dewan agar tidak terjadi seperti kemarin malah kita yang disalahkan.

T3.1

I : Oh begitu ya pak. Kalau begitu terima kasih banyak Pak atas segala informasinya, nanti jika saya ada yang kurang datanya mungkin nanti saya akan mengontak Bapak ya

Lampiran I2. Transkrip Wawancara P2

TRANSKRIP 2

Dokumentasi Kegiatan : -

KODE

P2 (PRIVATE 2)

I (INTERVIEWER)

Nama	: Mulia Prabowo
Jabatan	: Humas PT. Patra Jasa (Anak Perusahaan PT. Pertamina)
Instansi	: PT. Pertamina (Persero)
Alamat	: Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 32-34 Lt. 3A, Jakarta Selatan
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Usia	: 29 Tahun
Waktu <i>Interview</i>	: Rabu, 19 April 2017 (mulai 13.30 WIB – berakhir 14.15 WIB)

- I : Nah pak ini saya jelaskan dulu latar belakang penelitian saya pak ya.. jadi gini Pak latar belakang penelitian saya tuh karena di Malang ini untuk proporsi RTH Publik itu ada proporsi sendiri pak, untuk 20% di setiap perkotaannya, nah di Malang belum mencapai proporsi itu. Dan untuk pengembangannya, pemkot ini menggunakan dana CSR Pak dari perusahaan-perusahaan. Dan sekarang yang ada bentuknya taman kota, revitalisasi hutan kota dan revitalisasi pedestrian. Dan yang sudah memberikan itu Bank BRI, PT Bentoel perusahaan Rokok itu, PT. Beiersdorf produsen dari nivea itu dan lain sebagainya Pak, tapi yang besar-besar tuh itu. Nah di sini Saya butuh preferensi dari perusahaan bapak yang selama ini belum memberi bantuan CSR seperti itu di Kota Malang Pak. Begitu
- P2 : Jadi RTH yang Mbak maksud yang di Malang mana ini Mbak?
- I : Kalo taman itu ada 7 terutama di alun-alun ada outdoor gym, sama taman bermain, sama kayak ada *skatepark* untuk *skateboard*
- P2 : Jadi dari sini Mbak bisa melihatkan, lebih peduli mana pemerintah atau perusahaan-perusahaan dalam menyediakan RTH ini?

- I : Kalo RTH aa pendekatannya kan dari pemerintah mengajukan proposal ke perusahaan ya pak ya, jadi menurut saya pemerintah yang lebih aktif
- P2 : Jadi perusahaan tersebut hanya mendukung program pemerintah aja gitu ya
- I : Tapi ada juga yang sih yang mendukung dari perusahaannya, tapi ada yang nggak itu perusahaan rokok malah justru yang paling banyak nyumbang bentuk RTH di Malang Pak, padahal kan di taman itu ada larangan untuk beriklan rokok atau bahkan merokok begitu
- P2 : Iya dan mereka pun pasti naruh logo perusahaan tersebut di taman RTH itu
- I : Untuk logo lebih ke plakat gitu pak, pemerintah ngasih plakat itu ada kayak Taman Kunang-Kunang gitu pak ya, Taman Kunang-Kunang ini diberikan oleh PT Bentoel Prima gitu Pak. Jadi kalo di Malang itu untuk nama perusahaan itu di taman RTH masih nggak papa Pak, tapi kalo udah membawa produk atau brand, mungkin dibatasi dan dikenakan pajak reklame gitu, kalo yang rokok itu sih yang saya tau ada tu di Taman Cerdas Trunojoyo itu Pak di pinggir taman itu ada sentra PKL Pak nah di situ mungkin dia memasang iklannya di atap-atap PKL itu Pak, jadi bukan di dalam area taman tapi di sekeliling taman.
- P2 : Sebelum lanjut, saya ceritain dulu yak, karena kan unit bisnis kita kan ndak ada yang di kota Malang ya jadi mengutamakan yang terdekat dari unit bisnis kita, begitu arahnya, karena kan gak mungkin juga kan kita ee ngasih CSR yang jauh-jauh dari unit bisnis kita tapi sementara terdekat dari apa unit bisnis kita pun ada yang membutuhkan gitu
- I : Nah yang sekiranya dekat dengan unit bisnis itu kota mana aja ya Pak
- P2 : Kita tuh adanya di Bali sekitar daerah Kuta, di Semarang ada, di Bandung ada, di Cirebon ada, di Jakarta ada, di kawasan pulau sumatera ada di Palembang samadi Parapat, Parapat Danau Toba
- I : Ooh iyaayaa, itu jauh banget pak yang di yang di Danau Toba
- P2 : Iya emang kita punya hotel di sana kan bisnis nya property dan perhotelan, jadi di Danau Toba itu kita punya hotel
- I : Jadi sekiranya ada kemungkinan mengembangkan di Kota Malang Pak?
- P2 : Untuk saat ini sih belum Mbak soalnya kemaren saya sempet, itu kan kita untuk mengadakan CSRnya tu dapet dari bapak perusahaannya kan Pertamina ya Mbak, jadi Pertamina ngasih dana untuk

C1.1

C1.2

melaksanakan CSR itu, sedangkan dari arahan Pertamina itu terdekat daerah ringnya dulu. Kita kan nggak mungkin ngasih yang jauh-jauh sedangkan daerah ringnya itu sedang membutuhkan.

- I : Kalau gitu, kalau misalnya saya tetep sementara untuk mewawancarai bapak dulu nggak papa ya pak ya?
- P2 : Nggak papa, di Malang itu ada Pertamina nggak sih Mbak?
- I : Ada
- P2 : Nah mungkin lebih enaknya, biar ada data yang lebih lengkapnya tentang CSR, ke Pertamina aja Mbak, tapi kalau untuk aa ring, kan sesuai dengan ringnya,, jadi kalo misalnya di sana ada Pertamina pasti melakukan CSR juga di Malang
- I : Saya wawancara dulu kali ya pak ya biar enak gitu, jadi begini pertanyaan pertama ya pak ya seperti kemarin, apa sih yang bapak ketahui tentang RTH untuk publik gitu pak.
- P2 : Yang saya ketahui itu kan yang sumbangan pemerintah emang apa, dalam suatu kota itu ada ruang hijau kan, nah bagaimana perusahaan-perusahaan yang ada di kota itu ikut mendukung penghijauan ruang hijau tersebut. Fungsinya ya banyak, bisa buat penyerapan daerah kota tersebut kan. Termasuk juga semakin banyak oksigen kalo semakin banyak ruang hijaunya kan
- I : Lalu untuk RTH publik yang dibangun melalui program CSR itu apa sih pak menurut bapak?
- P2 : Itu bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, jadi perusahaan itu tidak hanya mendapatkan keuntungan dari usahanya tersebut tapi ikut bertanggung jawab dengan lingkungan sekitarnya salah satu cara membuka ruang hijau tersebut.
- I : Selanjutnya Pak perusahaan bapak ini pernah nggak sih Pak memberi bantuan seperti CSR ini Pak? Kalau pernah di mana ya?
- P2 : Pernah di Parapat, tapi bentuknya penanaman pohon, jadi kita membuat daerah tersebut jadi tanaman buah gitu, di dalamnya di tanam.
- I : Berarti lebih ke kebun gitu Pak? Itu jadi tempat wisata gitu ya Pak?
- P2 : Iyaa
- I : Tapi kalau taman kota dan hutan kota gitu belum ya Pak?
- P2 : Belum
- I : Dari variabel pertama ya pak terkait lokasi, selain berdasarkan daerah ring apakah ada lagi pak pertimbangan perusahaan Anda dalam menentukan lokasi program CSR?

- P2 : Dalam menentukan lokasi untuk program CSR, program CSR yang kita bangun kita harus melihat dulu kondisi sekitarnya gitu. apakah dampak ke masyarakatnya baik atau justru malah kan sekarang tuh banyak kan Mbak, kita nyumbang niat perusahaan tu baik mau membangun program CSR di situ tapi kadang-kadang masyarakat disekitar itu malah menganggapnya tuh bisnis. Mereka tuh menganggapnya jadi kayak...
- I : Stigma negatif ya?
- P2 : Iyaa, kita kan perlu mencerdaskan masyarakatnya juga terus dampak kalo misalkan kita jangan asal bangun aja taman RTH tapi gak tahu dampak lingkungan kedepannya bagaimana, nah itu kan banyak faktor untuk menjalankan program CSRnya
- I : Kalau tadi Patra itu perusahaan property apa Pak?
- P2 : Aa bergerak di bidang perhotelan dan property
- I : Perhotelan nggak pingin ngembangin di Malang juga Pak?
- P2 : Untuk sekarang sih kita lagi membangun kerjasama sama BUMN cuma untuk Kota Malang kayanya belum dapet porsinya
- I : Mungkin gak dengan saya wawancarai gini saya bisa ngasih info-info ke Bapak juga tentang kondisi Malang ini biar mungkin ke depannya Bapak tertarik untuk merekomendasikan
- P2 : Selain RTH apa lagi nih Mbak soalnya kan kalo kita itu ya mungkin karena isinya RTH tapi kalo misalkan dari property perhotelan yang bisa masuk ke Malang juga bisa sharing ke depannya juga
- I : Sebenarnya Pemkot Malang itu juga pingin dari perhotelan ngasih CSR bentuk RTH Pak, contohnya tuh ada hotel salimar tuh, itu tuh seberangnya ada kayak lahan kecil Pak, itu dia bantu perbagus Pak, lahannya pemerintah, namun dikembangkan hotel tersebut karena letaknya di depan hotel itu. Atau misalnya bisa juga kayak penataan median jalan atau pedestrian di depan hotel, kaya di tengah jalan dikasih pot-pot bunga kayak gitu pake tematik terus kayak lampu jalannya dibuat tematik, jadi lebih menarik gitu Pak. Dan ada ornament-ornamen hiasan di pinggir jalan, gitu. Mungkin bisa jadi masukan kalo perhotelan itu lebih ke pedestrian atau jalur hijau, atau taman gitu. Kalau hutan kota mungkin beda kali ya Pak lingkungnya.
- P2 : Kalo pendidikan gitu? Karena kalo arahan dari pusatnya itu ada pendidikan, lingkungan, sama kesehatan
- I : Kalo kesehatan juga pernah Pak?
- P2 : Pernah
- I : Biasanya kayak ambulans gitu atau..?

P2 : Baru sebatas beberapa kali kegiatan kesehatan gitu Mbak kaya donor darah

I : Lalu apakah harus selalu daerah *ring* nya pak untuk lokasi program CSR nya?

P2 : Hmm balik lagi ke apa yang saya bilang tadi, kalo awal itu program menarik, menarik dalam arti sesuai dengan identitas perusahaan kita bisa ikut. Tapi balik lagi dengan syarat ringnya itu Mbak. Kita kan sebagai anak perusahaan pertamina tetap laporan, kita gak bisa seenaknya ngadakan CSR, harus ada izin dari atas. Kalo misalkan pemerintah mengajukan dan kalo pertaminanya OK, kita pasti ikut.

C1.4

I : Berarti meskipun misalnya bukan ringnya pak ya tapi kalo memang menarik dan dari Pertamina juga OK, berarti bisa Pak ya?

P2 : Bisa.

C1.5

I : Oke Pak, lalu semisalkan Bapak mau nih memberikan bantuan itu, kira-kira bantuan apa sih yang bapak pinginin Pak. Kayak tadi tuh kayak ad ataman kota dan seisinya, atau penataan pedestrian, atau revitalisasi hutan kota, atau Bapak cuma pingin menyumbang fasilitas penunjang kaya area bermain aja atau yang lainnya kayak tai tong sampah aja misalkan atau vegetasinya aja atau pohon. Kira-kira yang lebih Bapak pilih yang mana ya Pak?

P2 : Kalau dari perusahaan dari program-program yang sudah kita jalanin, yang pertama lihat anggarannya ya Mbak, jadi kita bisa ikut program yang lebih kuat, yang lebih gedhe gitu. Sebenarnya untuk menentukan lokasi atau jenis bantuan kita terlebih dahulu melakukan *social mapping*. *Social Mapping* ini nantinya yang akan menentukan kelayakan dan bantuan apa yang diberikan memenuhi dampak yang positif bagi keberlangsungan masyarakat sekitar dan lainnya. Kalo misalkan yang lebih, apa, program kita, kita kan punya program pendidikan juga ya, jadi bisa kita berikan program pendidikan aja, nggak Cuma lingkungannya aja sih.

C6.1

I : Berarti kalo misalnya yang RTH itu tergantung dari anggaran yang dibutuhkan ya pak ya?

P2 : Iya

C6.2

I : Tapi kalo lebih enak, enak yang mana Pak? Misal taman kota, jalur hijau, hutan kota, fasilitas penunjangnya aja, atau kaya Cuma pohon-pohonnya aja, itu lebih enak yang mana? Misal pertanggung jawabannya lebih gampang ini

P2 : Jalur hijaunya sih mbak

C2.1

- I : perataan jalur hijaunya ya Pak? Lalu kalau misalkan Pemkot Malang mengalami kesulitan untuk pengadaan lahan baru untuk dikembangkan menjadi RTH publik, apakah perusahaan Bapak mau untuk memberikan sumbangan dalam bentuk lahan?
- P2 : Wah kalo lahan gak mungkin ya kayaknya mbak. Selama ini kan kita bantu yang memang lokasinya sudah jelas dimana jadi kita bantu untuk pengembangannya, kalau misalnya lahan itu kan susah juga mbak karena kita juga butuh sih kalo lahan. T2.1
- I : Kemudian jika ditanya berapa lama waktu yang diharapkan perusahaan untuk diberikan tanggung jawab memelihara RTH tersebut?
- P2 : Hmm.. maksudnya mbak?
- I : Jadi di Kota Malang, setelah pembangunan RTH itu selesai, pihak swasta itu masih bertanggung jawab atas RTH selama 6 bulan pasca peresmian. Nah jika ditawarkan kira-kira berapa lama perusahaan Anda mau bertanggung jawab untuk memelihara RTH tersebut?
- P2 : Oh kalau di Malang 6 bulan pasca peresmian ya? Ya kami mengikuti kesepakatan saja dengan pemerintah mbak. Kalau memang aturannya 6 bulan pasca peresmian ya mengikuti saja. C5.1
- I : Selanjutnya penting tidak pak kesesuaian pengembangan RTH itu terhadap tata ruang?
- P2 : Iya menurut saya penting Mbak, karena kan memang sudah diatur juga apa yang boleh dibangun apa yang tidak. Dan kalo gak salah juga ada standarnya berapa persen hijaunya berapa persen pavingnya gitu mbak. Kalo nanti dibangun tidak mengikuti itu malah menimbulkan masalah baru lagi mbak diprotes gitu. T1.1
- I : Lalu ini pak kalau filosofi atau visi misi yang diangkat perusahaan bapak untuk mengembangkan CSR?
- P2 : Menjadi perusahaan yang peduli akan lingkungan yang bersih dan sehat C9.1
- I : Brarti program-program CSR tersebut sudah sesuai dengan pilar bidang CSR perusahaan Anda ya Pak?
- P2 : Iya, karena salah satu bidangnya ada bidang lingkungan C9.2
- I : Lalu selanjutnya ini pak ada nggak sih pak kebijakan khusus terkait pengajuan CSR di perusahaan Patra ini Pak?
- P2 : Kebijakan khusus banyak Mbak, misal harus dapat ijin dari kantor pusatnya (Pertamina). Ya itu sih kalo khususnya C7.1
- I : Lalu pak untuk pendekatan pemerintah ini yang bapak inginkan tuh yang seperti apa Pak terkait program CSR ini, mungkin harusnya

pemerintah kalo mau minta bantuan ke kita harus ngajuin proposal dan desain RTH nya jadi kita tertarik gitu Pak atau gimana gitu

P2 : Kejelasan dari proposal sih kalo menurut saya, kalo proposal itu jelas mencakup desain itu bakalan mendukung

C8.1

I : Brarti kejelasan konsep pengembangannya itu perlu ya Pak dijelaskan dengan detail di proposal?

P2 : Iya mbak perlu dari situ kan kita tahu mau dibangun seperti apa, lalu kalo memang konsepnya menarik ya kita pasti bisa rekomendasiin ke Pertamina dulu sebagai induk perusahaan kita kan. Selain itu nantinya kalo sudah jadi konsep bagus itu kan bisa menjadi identitas sih Mbak kalo saya, istilahnya *iconic* dari RTH itu sendiri.

C4.1

I : Selanjutnya untuk insentif Pak, kira-kira perusahaan bapak bekerjasama dengan pemkot Malang, insentif apa sih pak yang sekiranya bapak minta atau inginkan?

P2 : Yaa lebih ke administrasi kerja sama antar perusahaan dan pemerintah aja, yaa ada hubungan baik juga, ada timbal baliknya. Perusahaan tetep melakukan sesuai prosedur, namun kemudahan di sini ya perusahaan mendapat bantuan apa-apa yang kurang. Saling menguntungkan

C10.1

I : Kalo selama ini sih kondisinya, pemerintah nggak terlalu ngasih insentif khusus Pak, cuman ya itu tadi biasanya di RTH-RTH itu dikasih plakat sebaagai apresiasi karena perusahaan itu telah memberikan taman ini untuk pemkot. Tapi untuk insentif bisa ada perjanjiannya lagi kok pak.

P2 : Tapi kan ndak untuk umumkan

C10.2

I : Iya Pak benar, lalu untuk nama perusahaan seperti itu perlu dicantumkan di dalam RTHnya tidak Pak?

P2 : Ya kalo dari kami sisi perusahaan ya perlu mbak jadi masyarakat bisa tahu juga yang memberikan bantuan CSR itu siapa, ya paling nggak ada lah spotnya untuk nama perusahaan kami.

C12.1

I : Iya pak, lalu kalo buat perusahaan sendiri itu apa sih pak keuntungannya memberikan bantuan CSR ini?

P2 : Kalo keuntungan secara materil itu nggak ada sih mbak, kan namanya juga bantuan yang memang itu sudah tanggung jawab kita sebagai perusahaan. Ya paling dengan kita memberikan bantuan ini jadi masyarakat lebih mengenal perusahaan kita jadi kaya lebih ke *branding* gitu sih mbak.

C11.1

I : Lalu, biasanya kalo perusahaan bapak mau ngasih CSR itu ada keterlibatan aspirasi masyarakat gitu nggak sih Pak?

P2 : Iyaa, kalo dari yang sudah berjalan kita selalu mengundang tokoh adat atau tokoh masyarakat sekitar, jadi mereka pun kita juga Dengan mengasih CSR kalo ndak melibatkan mereka sama aja kita ndak, kita nyelonong aja gitu

C13.1

I : Meminimalisir konflik juga ya Pak?

P2 : Iyaa benar, pernah juga kejadian... Sebenarnya sih dari masyarakat yang, wajar sih anak muda suka mm. mereka mengartikan itu program CSR itu sejalan, perusahaan kan maunya program CSR ini tepat sasaran kan, tapi mereka nganggap ini program CSR ini dana lebih yang kebuang. Kita ngasihnya nggak sembarangan. Apalagi kalau di Patra sebagai anak perusahaan Pertamina masih dalam control KPK, jadi musti hati-hati. Apa lagi LSM boleh dilibatkan asal kita tau juga LSMnya gerak dibidang apa. Kayak gitu sih Mbak.

C13.2

I : Selanjutnya Pak kalo ini Pak perusahaan bapak ini memiliki program jangka pendek nggak pak, atau menengah gitu dalam merealisasikan program CSR?

P2 : Kita kontrolnya pertahun, perjangka panjangnya tiga tahun. Untuk satu misalkan, untuk satu tahunnya kita membangun kantor cabang nih ya, misalnya kita menymbang RTH di kota Malang tahun pertama kita ngebangun revitalisasinya, tahun kedua sarana penelitiannya, tahun ketiganya bisa jadi kita membangun asilitas keamanannya. Jadi ada tahapannya.

I : Jadi gak langsung satu tahun selesai?

P2 : Iya, nggak mbak

I : Lalu, apakah patra ini punya media informasi gitu pak semisal website yang menjelaskna program CSR PT Patra selama ini?

P2 : Untuk tahun sebelumnya sih belum Mbak, tapi kedepannya lagi diagendakan.

C14.1

I : Terus pak yang terakhir ini ada bagian khusus yang mengelola CSR dalam struktur organisasi?

P2 : Di kita belum, biasanya yang ngurus Humas mbak, humas itu kan kalau di Patra di bawah naungan sekretaris perusahaan. Jadi kan CSR Patra itu ada 2, ada yang internal ada yang dari induk perusahaan yaitu Pertamina. Nah kalo yang dari induk itu harus persetujuan dulu ke Pertamina sebagai induk perusahaan kita mbak. Dan itu nanti ada laporannya ke pusat sebelum dan sesudah pelaksanaan CSR itu.

C7.2

Lampiran I3. Transkrip Wawancara P3

TRANSKRIP 3

KODE

P3 (PRIVATE 3)

I (INTERVIEWER)



Nama	: M. Samsuri
Jabatan	: Officer Program Kemitraan
Instansi	: PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jatim
Alamat	: Jl. Ketintang No. 156, Surabaya
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Usia	: 50 Tahun
Waktu <i>Interview</i>	: Kamis, 27 April 2017 (mulai 09.20 WIB- berakhir 09.45 WIB)

- I : Kebetulan kan kita lagi ada penelitian pak untuk wawancara, jadi terkait, apa namanya dana CSR untuk pembangunan, sebenarnya pembangunannya kan RTH, tapi mungkin kami e kami menunjuk Telkom karena berpengalaman pernah membangun salah satu taman di Surabaya kan pak, di Bungkul itu kan, mungkin ada juga taman yang lain juga, tapi saya juga kan kurang tau seperti itu, nah disini itu kami kayak mau, mengkonfirmasi, sebenarnya e hal-hal apa aja sih pak yang diperhatikan ketika sebuah perusahaan atau BUMN ini itu mengeluarkan dana CSR untuk taman tersebut, seperti itu, jadi dari perspektif perusahaannya, seperti itu. Ya cuma itu aja pak hehehe. Nanti wawancaranya langsung sama temen saya aja sih pak kalo gitu.
- P3 : Iya jadi nanti biar saya bisa berdua.
- I : Iya hehe... Ya jadi gini pak, e kami ini penelitiannya di Malang tepatnya, nah di Malang kan emang ada Telkom, cuman kan untuk pengurus CSR kan ke pusat sini ya pak ya, makanya saya mau nanyanya tentang preferensi swasta tentang CSR yang berupa RTH itu

pak, nah e untuk pertanyaan pertamanya nih pak, apa sih yang bapak ketahui tentang RTH publik?

P3 : Hmm menurut saya ruang terbuka hijau itu salah satu ruang publik yang harus ada disuatu perkotaan karena memang ada proporsinya sendiri kan seharusnya berapa gitu.

I : Iya pak benar, 20% untuk proporsinya Pak. Kemudian apa yang Bapak ketahui tentang RTH publik yang dikembangkan melalui program CSR?

P3 : program CSR itu kan merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang namanya tanggung jawab ya brarti harus dilakukan kan. Nah bidang dari CSR itu sendiri bermacam-macam yang salah satunya lingkungan. Nah CSR yang dibidang lingkungan itu bisa kita wujudkan salah satunya dengan pembangunan RTH itu tadi.

C9.1

I : Oh begitu ya Pak. Selanjutnya kira-kira kalo misalnya ada tawaran bantuan CSR dalam RTH publik itu tapi di Malang gitu, mau gak pak kira-kira kalo Telkom ini? Lalu pertimbangannya apa?

P3 : E gini, kalo untuk CSR itu kan e kita itu e dari perusahaan Telkom itu memang e ini dikoordinir oleh corporate, jadi misalkan dari Malang ada permintaan, dia mengajukan ke corporate, bisa lewat kita (CDC) atau langsung kesana, jadi koordinasi langsung dengan corporate, kita pengelola disini adalah pengelola untuk e bina lingkungan sama e program kemitraan, dan bina lingkungan itu e bisa untuk daerah tapi gak untuk bantuan-bantuan CSR. Angkanya kecil kalo dari kita. Jadi kalo misalnya dia minta 50 juta, 100 juta, langsung ke corporate, kalo disini cuma kecil aja, paling banyak cuma 2 juta, 3 juta, gitu

C7.1

I : Terus jadinya mekanismenya itu misalkan dari pemkot yang mengajukan proposal permohonan kesini?

P3 : Iya kesini, kita e... Nanti kita teruskan nanti ke corporate

C7.2

I : Oh gitu..kalo misalnya nih pak, letak kita kan di Malang nih, itu ngasihnya ke Malang dulu, nanti dari Malang baru ngirim kesini, atau langsung kesini gitu?

P3 : Proposal maksudnya?

I : Iya pak proposalnya maksudnya

P3 : Oh iya, he eh.. Langsung kesini bisa, langsung ke corporate juga bisa

C7.3

I : O jadi langsung kesini bisa, ke corporate juga bisa ya pak

P3 : Iya heeh, tapi lebih diperkuat lagi kalo misalkan pemkot Malang sendiri yang mengajukan proposal, bukan atas nama e perorangan, atau institusian. Di proposalnya pun juga harus jelas mintanya gimana apa saja yang dibutuhkan desainnya gimana ya pokoknya jelas gitu

C8.1

I : Iyaiya. E kan saya taunya ini kan pernah yang di Taman Bungkul itu kan pak ya, nah itu mekanismenya kira-kira kayak gimana sih pak kalo Surabaya sendiri?

P3 : Ya kalo kemaren, memang kalo waktu di Taman Bungkul itu e CSR langsung dipegang oleh kita semua, waktu jamannya Taman Bungkul itu, jadi e organisasi memang organisasi yang lama. Setelah Taman Bungkul selesai, kita ada e transformasi organisasi, semua CSR dilarikan ke *corporate* semua

I : Oh gitu...

P3 : Iya...waktu itu memang kita yang ngelola jadi gampang, lingkarannya kita juga besar, sekarang aturannya ditarik ke corporate semua, dan di corporate pun pengelolaannya tuh e langsung dari kementerian, jadi misalkan kita punya anggaran 100 juta gitu ya, 75 ditarik untuk kementerian, yang 25 monggo dikelola gitu lho

C7.4

I : Oh gitu...

P3 : Kementerian BUMN, jadi ditarik kesana semua, dan program kementerian itu dikontrol langsung oleh menteri BUMN. Dan bukan Telkom saja, semua BUMN, Pertamina, BNI, BRI, Mandiri, itu kan ditarik kesana semua. Ini eranya ini ya, menteri ini ya, sebelumnya engga

C7.5

I : Baru ya pak ya...ogitu... terus dulu itu kalo Taman Bungkul itu ya semua pembangunan ya pak sepaket itu?

P3 : Ya semua sarana yang untuk mewujudkan Taman Bungkul kayak gitu ya dari Telkom semua

I : Pemkotnya itu ngasih desainnya gitu atau desain juga dari sini pak?

P3 : Desain *sharing*

C4.1

I : Oh bareng ya?

P3 : Iya bareng, yang intinya desain itu produk Telkom juga tampak, dari pemkot juga tampak, dua duanya harus tampak semua itu, jadi desain bareng

C4.2

I : Oh gitu...sekarang gini pak, kan kalo RTH itu kan banyak macemnya ya pak ya, ada hutan kota, taman kota, terus jalur hijau, kalo dari perusahaan ini sendiri, lebih prefer nyumbang itu bentuk apa gitu pak?

P3 : E kalo kita nyumbangnya itu memang ada kaitannya dengan e perusahaan kita, yang untuk menunjang e citra perusahaan, misalkan kita dalam bentuk e apa BLC, bantuan learning learning apa itu, *Bright Learning Centre*. Kalo untuk RTH ini karna kita baru satu kali aja yang Taman Bungkul itu, Jadi kalo gini ya artinya ajukan aja dulu proposal itu, nanti kan kalo mau diacc kan nanti juga ada ...ada usulan

C2.1

C6.1

usulan dari Telkom untuk saya pengennya seperti ini nih, atau mix atau apa kan gitu aja

I : Gaada patokan ketentuan?

P3 : Gaada kalo untuk taman, tapi..

I : Tergantung kebutuhan ya pak?

P3 : Heeh tergantung kebutuhan, kalo untuk apa misalkan yang sesuai dengan produk, misalkan BLC tadi yang Pak Sam bilang ya mungkin ya speknya sudah ada, tapi kalo untuk taman kan kita apa perusahaan kita kan bukan di bidang pertamanan kan ya? Cuma memang perusahaan kita ini ada arahan bidang lingkungannya aja untuk program CSR.

C6.2

C9.3

I : Iya bener hehe

P3 : Makanya kita belum tau kan ya. Jadi kayak Taman Bungkul itu, ya kita mungkin bantu ya bantu ini e biaya, untuk desainnya ya itu tadi bisa kolaborasi, ya itu aja

C6.3

I : Kalo misal untuk waktu pemeliharaannya Pak, kira-kira perusahaan Anda mau memelihara RTH nya berapa lama?

P3 : Hmm kalo itu sih sesuai kesepakatan mbak sama pemerintah itu bagaimananya.

C5.1

I : Kalo misal bantuannya dalam bentuk memberikan lahan juga itu mau tidak Pak?

P3 : Wah kalo lahan ya susah sih mbak, gak bisa kita itu kalo lahan. Karna kalo lahan ya mending kita gunakan sendiri ya mbak buat kegiatan usaha hehe Ini kan yang minta bantuan pemerintah ya memang seharusnya lahan dari pemerintah dan kita hanya membangun saja sih mbak

T2.1

I : Kemudian untuk kesesuaian program pengembangan RTH publik dengan aturan tata ruang yang berlaku itu penting tidak Pak?

P3 : Wah saya kurang paham itu mbak.

I : Kalo ini, apa itu pertimbangan lokasi, itu kira-kira dari Telkom mempertimbangkan gak sih pak kalo kayak lokasi tuh harus kayak yang banyak dilalui masyarakat atau gimana gitu?

P3 : Nah ya itu saya juga, ya itu tadi yang saya bilang tadi, baru pertama kali jadi apa, acuannya tuh mungkin e ini ya e tergantung dari user (pemohon) gitu kan, apakah karena pangsawan bungkul ya itu tadi apakah antar bos bos kan mungkin, bisa kan kalo Pak Karwo minta Taman Ketabangkali ya mungkin kita juga gabisa nolak kan gitu ya, jadi udah di atas levelnya, mungkin kayak gitu

C1.1

- I : Fungsi RTH itu kan ada 4 pak, fungsi utamanya fungsi ekologis seperti untuk kelangsungan hidup makhluk hidup atau pelestarian makhluk hidup lainnya, fungsi pendukungnya ada fungsi sosial budaya, fungsi ekonomi, dan fungsi estetika. Kalo untuk fungsi RTH ya Pak, fungsi apa yang perlu dikembangkan Pak?
- P3 : Waduh kalo itu saya kurang tau mbak... Ya balik lagi kita mengikuti permohonan pemerintah mbak
- I : Salah satunya ya lingkungan itu ya RTH itu ya?
- P3 : Bisa, kayak ini contoh ini di Madiun itu kan sering ada ini kayak reboisasi, penanaman di ini lho Gunung Gelis itu lho, apa namanya, nah temen-temen di Madiun semua melakukan itu, cuman internal ya bukan dari eksternal.
- I : Oh iya Pak, Telkom ini punya website khusus yang memuat informasi tentang program CSR yang dilakukan tidak Pak?
- P3 : Oh iya mbak ada, bisa dilihat di www.telkom.co.id mbak C14.1
- I : E ini pak, kalo kemaren di taman bungkul itu dari pemkot Surabaya juga ngasih kayak insentif gitu gak sih pak buat Telkom?
- P3 : Waktu itu ini, kalo gasalah kita boleh pasang wifi itu
- I : O pasang wifi..itu insentif dari pemkot? Kalo misalnya ke depannya ada kerjasama kayak gitu (pembangunan RTH publik) lagi, kira kira insentif kayak gimana sih yang dipengen dari Telkom, misal pemudahan pemasangan apa kayak gitu yang gak ribet ribet, atau...
- P3 : O itu, ya mungkin bisa jadi diperbolehkan memasang *wifi* di dalam RTH itu, Tapi kan kadang kadang kita harus dengan pimpinan di atas kita, nanti tolong dibangun ini ini, nah itu jadi belum bisa jawab saya. Jadi tergantung kepala kantor yang di Malang, o sava butuh perluasan pemasaran yang kayak gini, begini begini, tergantung sana nanti. C10.1
- I : Kalo pemasangan *wifi* gitu juga jadi masyarakat tahu ya Pak yang memberikan bantuan CSR ini perusahaan telekomunikasi hehehe
- P3 : Nah iya benar mbak hehe kan produk kita memang *wifi*. Jadi setidaknya kita diberi ijin spot sedikit gitu untuk pemasangan *wifi* C10.2
- I : Lalu kalo dari segi keuntungan, keuntungan apa yang Bapak dapat dari pemberian bantuan CSR dalam bentuk RTH publik itu Pak? Mungkin dari yang kemarin contoh di Taman Bungkul itu apa gitu Pak
- P3 : Ya mungkin lebih ke *branding* perusahaan ya, jadi dengan banyaknya pengunjung yang mengunjungi taman itu kan secara gak langsung perusahaan kita makin dikenal dan citra perusahaan kita juga jadi meningkat juga mbak. Kalo dari segi keuntungan finansial sih gak ada ya mbak karena ini kan sifatnya sukarela aja gitu. C12.1 C11.1

I : Oiya pak biasanya kalo misalnya mau ngasih program CSR ini biasanya ngelibatin juga masyarakat buat ini gak sih pak?

P3 : Engga engga, kalo yang tadi apa bangun taman tadi engga, itu tadi, kita ngasih hibah udah, silahkan anda kelola sendiri

C13.1

I : Gak ada diskusi FGD sama masyarakat, kayak tokoh masyarakat gitu?

P3 : Engga engga

C13.2

I : Gaada ya, terus ini apakah Telkom ini punya kayak rencana jangka pendek gitu pak, taun pertama harus ngasih CSR yang kayak gimana, kedua yang kayak gimana gitu. Apa itu tergantung demand?tergantung permintaan?

P3 : Ya betul

I : Berarti ndak ada program khusus gitu pak maksudnya tiap taun..

P3 : Engga engga, kecuali yang itu ya, kemitraan tadi yang pinjaman tadi ada ya. Kemitraan aja, kita kan ada program program yang di luar CSR juga, itu ada programnya

I : Selanjutnya pak, kalo bagian yang ngelola CSR tuh CDC ya pak ya?

P3 : Ya, kalo di Telkom itu CDC, ya CDC ya corporate

C7.6

I : Udah pak sekiranya itu aja sih pak. Terima kasih banyak ya Pak atas informasinya.

BIODATA PENULIS



Penulis dilahirkan di Kota Malang Provinsi Jawa Timur tanggal 4 September 1995 dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal selama dua belas tahun. MIN Malang I, MTsN Malang I, dan SMA Negeri 4 Malang. Setelah lulus menempuh pendidikan formal pada jenjang SMA, pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan pada Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota FTSP-ITS dengan NRP 3613100012.

Selama masa perkuliahan, penulis cukup aktif dalam beberapa organisasi mahasiswa dan kepanitiaan, antara lain Himpunan Mahasiswa Planologi FTSP-ITS sebagai Sekretaris Departemen Komunikasi dan Informasi (HMPL ITS 2014/2015) dan Sekretaris I (HMPL ITS 2015/2016). Penulis juga cukup aktif pada kepanitiaan ITS Expo selama dua periode. Prestasi yang pernah diukir adalah sebagai finalis pada PIMNAS XXVII, Juara 2 dalam Lomba Karya Terbaik Studio Perencanaan Tata Ruang Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia (ASPI), dan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) didanai pada tahun 2017. Penulis dapat dihubungi melalui email *syarauliyaa@gmail.com*.